FGV- FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

VALORES, ATITUDES E INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS E CABO-VERDIANOS

TESE DE DOUTORADO
Gustavo de Oliveira Almeida
Orientadora: Profa. Dra. Deborah Moraes Zouain

JUNHO DE 2013

GUSTAVO DE OLIVEIRA ALMEIDA

VALORES, ATITUDES E INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS E CABO-VERDIANOS

TESE DE DOUTORADO entregue à Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas sob orientação da Professora Dra. Deborah Moraes Zouain como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Doutor em Administração

JUNHO de 2013

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Mario Henrique Simonsen/FGV

Almeida, Gustavo de Oliveira
Valores, atitudes e intenção empreendedora : um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos / Gustavo de Oliveira Almeida. – 2013.
400 f.

Tese (doutorado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.
Orientadora: Deborah Moraes Zouain.
Inclui bibliografia.

1. Empreendedorismo. 2. Estudos interculturais. 3. Valores. 4. Atitude (Psicologia). I. Zouain, Deborah Moraes. II. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. III. Título.

CDD – 658.421

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

GUSTAVO DE OLIVEIRA ALMEIDA

VALORES, ATITUDES E INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS E CABO-VERDIANOS

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Administração da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para obtenção do grau de Doutor em Administração.

Data da defesa: 27/06/2013.

Aprovada em:

ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

Deborah Moraes Zouain
Orientador (a)

Fátima Bayma de Oliveira

Paulo Roberto de Mendonça Motta

Valderez Ferreira Fraga

Reginaldo Souza Santos

DEDICATÓRIA

Uma tese de doutorado representa um esforço que se revela maior do que o esperado no início do curso. Sempre há oportunidade para uma análise adicional, uma referência nova, enfim melhorias e tarefas extras que demandam uma grande concentração, e trabalho solitário considerável, que implicou muitas das vezes em uma ausência junto às pessoas mais queridas.

Dedico este trabalho a todos os que acreditaram, e suportaram ao meu lado os obstáculos, e me ajudaram enormemente, mesmo sem saber disto. Mesmo sem ter digitado uma única linha ou mesmo sem uma ideia clara do conteúdo da tese, foram peças fundamentais e coautores deste trabalho. Dedico especialmente a minha família: meus pais Paulo César Almeida e Luzia de Oliveira Almeida, minhas irmãs Raquel de Oliveira Almeida e Priscila de Oliveira Almeida e a minha amada, Yamile Lined Ramos Mahecha, sem vocês e o seu apoio contínuo este trabalho não teria sido possível.

AGRADECIMENTOS

Esta tese representa o fim de um ciclo, e o início de uma nova fase de vida, representa também o resultado dos esforços desprendidos nos últimos 4 anos, além de todos os passos necessários para chegar até aqui. Esta caminhada, que em momentos foi solitária, não poderia de forma alguma ser realizada sem o apoio de muitas pessoas e instituições.

Em primeiro lugar agradecer a Deus, por tudo que me proporcionou, pela saúde, pela capacidade, pela força e perseverança e por colocar em meu caminho pessoas que contribuíram de maneira tremenda para a realização deste trabalho.

Gostaria de agradecer à Fundação Getulio Vargas, pelo apoio efetivo desde o início do curso, com a disponibilização de uma bolsa de estudos que foi essencial para a dedicação à tese, e por proporcionar todas as condições para a criação de um trabalho de qualidade, com a infraestrutura e pessoal competente que dispõe. Da mesma forma agradeço à CAPES e ao CNPq pelos auxílios também importantes para a condução da presente pesquisa. Agradeço em especial aos professores José César Castanhar, Frederico Lustosa, Paulo Motta, Fátima Bayma e Silvia Vergara pela oportunidade de aprender tanto em sala de aula, quanto fora dela.

Agradeço a minha querida orientadora Professora Deborah, por todo o carinho e o apoio oferecido durante a condução deste trabalho, e a convivência na condução de outras pesquisas, além do apoio nas horas mais difíceis durante o curso. Espero que a nossa parceria possa continuar e render muitos frutos acadêmicos.

Também devo agradecer a todos os 1561 alunos, espalhados pelo Brasil e Cabo Verde que dedicaram um pouco de seu tempo respondendo ao instrumento de pesquisa e também apresentaram interesse, deram opiniões e sugestões importantes.

Gostaria de destacar também toda a equipe da biblioteca, que sempre foram extremamente competentes e prontos a ajudar. Aos amigos do setor de Regulação e Avaliação da EBAPE, em especial ao Joarez Oliveira, Celene Melo e José Paulo Sampaio um abraço especial.

Aos inúmeros professores, que cederam um pouco de seu tempo em sala de aula para permitir a aplicação dos questionários. Aos Diretores das Unidades, Coordenadores de Curso, Professores, e colegas que apoiaram de forma determinante o trabalho. Destaco entre eles: Prof. Ayala Braga, Prof. Fábio Jacinto, Prof. Vinício Almeida, Prof. Reginaldo Santos e Prof. Márcio Abdalla, entre vários outros.

Agradeço aos meus colegas professores, e alunos de Cabo Verde, dos cursos de RP e CEO, à Universidade de Cabo Verde por ter me acolhido, ao Professor João Resende Santos, então presidente da Escola de Negócios e Governação de Cabo Verde, a Prof. Silvia Spencer, à Ányka da Costa por todo apoio na fase de coleta de dados, e a todo o pessoal administrativo da UNICV, incluindo de maneira especial a Dona Sônia e o Sr. Amaro, entre muitos outros.

Deixo um agradecimento a todos os colegas do doutorado pela convivência, cafezinhos, discussões acadêmicas e outros momentos que foram parte importantíssima deste processo que culminou na criação desta tese. Aos colegas do BID, pelo apoio moral e incentivo para a conclusão da tese, em especial aos amigos Justin Kocher e Michael Yacob, que além de colegas de trabalho, tornaram-se amigos queridos.

Agradeço imensamente à família Lobo, de Cabo Verde. O apoio de vocês foi extremamente importante, contribuindo diretamente para que este objetivo fosse alcançado. Sei que posso contar sempre com vocês, e podem contar sempre comigo. O carinho recebido da família durante a minha estadia em Cabo Verde, com certeza foi um dos motivos para que eu me tornasse um brasileiro/cabo-verdiano. Da mesma forma, agradeço aos amigos Afrozina, Bety, Elisa, Adriana Moreno, Mário e Mité, Jorge e Cecilia, José Oliveira e Auzenda, Dulcelina e Djula, *obrigado* e *mantenhas pa nhôs*.

Gostaria de agradecer a minha família por todo o esforço, compreensão e apoio para a realização deste trabalho. Aos meu pais pela vida, pelo carinho, pelo apoio incalculável, pela motivação e pela grande paciência. Os dois me ensinaram as coisas mais importantes que levo, os valores mais importantes, me ensinam mais do que qualquer curso pode ensinar a alguém. As minhas irmãs Raquel e Priscila, agradeço pelo apoio, e em especial a Raquel pelo apoio na leitura do texto e auxílio na tabulação dos dados.

Ao meu corazoncito, Lined, um agradecimento mais do que especial. Além do apoio normalmente dado por uma companheira, ou seja, apoio moral e incentivo, você foi um anjo que veio para me ajudar nesta fase final do trabalho, me ajudando a coletar os dados, tabular, revisar, opinando sobre o trabalho e as análises. Não conseguiria realizar este trabalho sem o seu apoio constante e essencial. Este Doutorado é seu também. **E o mais importante, Te Amo!**

“Your work is going to fill a large part of your life, and the only way to be truly satisfied is to do what you believe is great work. And the only way to do great work is to love what you do.” — Steve Jobs

RESUMO

A presente pesquisa apresentou como seu objetivo principal verificar as relações entre valores, atitude em relação ao empreendedorismo (AE) e intenção empreendedora (IE) em um estudo comparativo com universitários de graduação em Administração das Cinco Regiões Brasileiras e Cabo Verde. O instrumento de pesquisa foi composto por um questionário sócio demográfico, a escala de Valores Humanos – Questionário de Perfis de Valores de Schwartz(2001) e o Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán & Chen (2009). Após o consentimento livre e informado, os alunos responderam o instrumento de pesquisa, perfazendo um total de 1561 respostas válidas. Os dados foram tabulados e analisados nos Softwares: SPSS 21 e AMOS 21 para a produção de Estatísticas Descritivas, Análises de Confiabilidade, Análises de Correlação, Análise de Variância (ANOVA), Gráficos, Análise Fatorial Confirmatória e Modelagem de Equações Estruturais (SEM). Os modelos utilizaram a Teoria de Ação Racional (FISHBEIN & AJZEN,1971) e Teoria do Comportamento Planejado(AJZEN,1991), testando o impacto dos valores nas atitudes e intenções. Os resultados indicaram que os valores de Estimulação, Poder e Hedonismo foram tiveram os maiores efeitos na IE e na AE. Diferenças significativas foram encontradas entre os gêneros, com os homens apresentando maior IE e AE. Diferenças regionais foram encontradas. Limitações, implicações práticas e teóricas, além de sugestões para pesquisas futuras são apresentadas.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Valores, Cultura, Estudos Comparativos, Brasil**,** Administração, Cabo Verde, Modelagem de Equações Estruturais, Intenção Empreendedora, Atitudes.

ABSTRACT

This research aimed to examine the relationships between values, attitudes towards entrepreneurship (AE) and entrepreneurial intention (IE) in a comparative study with undergraduate Business students from the five Brazilian regions and Cape Verde. The survey instrument was composed by a demographic questionnaire, the scale of human values - Values Portrait Questionnaire – from Schwartz (2001), and Entrepreneurial Intention Questionnaire authored by Liñán & Chen (2009). After informed consent, the students answered the survey instrument, rendering a total of 1561 valid responses. Data was tabulated and analyzed in the software: SPSS 21 and AMOS 21 for the production of Descriptive Statistics, Reliability Analysis, Correlation Analysis, Analysis of Variance (ANOVA), Graphics, Confirmatory Factor Analysis and Structural Equation Modeling (SEM). The models used the Theory of Reasoned Action (FISHBEIN & AJZEN, 1971) and Theory of Planned Behavior (AJZEN, 1991), testing the impact of values in attitudes and entrepreneurial intention. The results indicated that the values of Stimulation, Hedonism and Power had the greatest effect on IE and AE. Significant differences were found between genders, with men sporting a higher IE, and more positive attitude towards entrepreneurship. Regional differences were also found. Limitations, practical and theoretical implications, and suggestions for future research are presented.

KEY-WORDS: Entrepreneurship, Values, Culture, Comparative Studies, Brazil**,** Management, Cape Verde, Structural Equations Modelling, Entrepreneurial Intent, Attitudes.

Lista de Tabelas

Tabela 1: Estatísticas bibliométricas dos artigos selecionados....33
Tabela 2: Dez artigos/livros mais citados sobre Empreendedorismo....35
Tabela 3: Estatísticas dos principais periódicos sobre Empreendedorismo....35
Tabela 4: Produção Acadêmica por Universidade....36
Tabela 5: Produção Acadêmica por País....37
Tabela 6: Número de empregados, empresas e folha de pagamento - 2010 Brasil....52
Tabela 7: Número de empregados, empresas e folha de pagamento - Estados Unidos....52
Tabela 8: Composição percentual do PIB Cabo-verdiano por Setor....165
Tabela 9: Cruzamento entre região de coleta de dados e UF de Nascimento.....187
Tabela 10: Análise de Frequência dos Dados Faltantes – QPV....192
Tabela 11: Análise de Frequência dos Dados Faltantes Intenção Empreendedora....193
Tabela 12: Viés na reposta da Escala de Valores Humanos....200
Tabela 13: Amostra Final após retirada de dados discrepantes....202
Tabela 14: Testes Kolmogorov-Smirnov Z de Normalidade dos Dados....205
Tabela 15: Intervalos de confiança para diferentes tamanhos de amostra....208
Tabela 16: Teste de KMO e Bartlett....215
Tabela 17: Extração da Análise Fatorial exploratória – QIE (Liñán & Chen,2009)....218
Tabela 18: Matriz de Padrão Fatores Questionário Intenções Empreendedoras....220
Tabela 19: Análise Fatorial Exploratória – Escala de Valores Humanos....221
Tabela 20: Comparação entre métodos de estimação de discrepância....225
Tabela 21: Estatísticas de confiabilidade do Questionário de Intenção Empreendedora....229
Tabela 22: CFA – Teste de Sub Dimensões de Valores humanos....235
Tabela 23: Resumo dos Resultados da CFA – Valores Humanos....243
Tabela 24: Análise de Consistência Interna – Questionário Intenções Empreendedoras....245
Tabela 25: Análise de Consistência Interna do Questionário de Perfis de Valores....246
Tabela 26: Confiabilidade de Escalas com dois itens – Fórmula Spearman-Brown....247
Tabela 27: Variância total explicada de Fator Único - Teste Harman....250
Tabela 28: Comparação entre Coeficientes Padronizados (Presença de Fator Comum)....252
Tabela 29: Testes de Invariância – Escala Intenção Empreendedora....255
Tabela 30: Invariância do QIE – Comparação de Modelos....256
Tabela 31: Testes de Invariância – Valores (Parte 1)....257
Tabela 32: Comparação entre Valores – CFA - Brasil e Cabo Verde....257
Tabela 33: Ajuste dos Modelos de Valores Humanos – Invariância Configural....258
Tabela 34: Invariância do Questionário de Valores Humanos – Comparação de Modelos....259
Tabela 35: Estatísticas Descritivas Variáveis de Intenção e Valores....261
Tabela 36: Estatísticas Descritivas Variáveis de Intenção e Valores – 0 A 100....262

Tabela 37: Presença de Empreendedores e Variáveis de Intenção Empreendedora 268
Tabela 38: Comparação entre Atitudes e Intenção Empreendedora por Objetivos profissionais 270
Tabela 39: Quartis de Intenção Empreendedora v.s. Valores Humanos 275
Tabela 40: Correlação entre Dimensões de Valores 278
Tabela 41: Correlação entre Variáveis do Questionário de Intenção Empreendedora 279
Tabela 42: Correlações entre Valores Humanos e Itens do QIE 280
Tabela 43: Correlações de Spearman para Intenção Empreendedora e outras Variáveis 281
Tabela 44: Correlação de Spearman Período vs Atitudes e Intenções Empreendedoras 282
Tabela 45: Seleção de Modelo – VD - Intenção Empreendedora 285
Tabela 46: Parâmetros Regressão - Atitude, PCC -> Intenção Empreendedora 285
Tabela 47: Parâmetros Regressão - Percepção Controle, Apoio Social -> Atitude 286
Tabela 48: Seleção de Modelo – Valores e Atitude em Relação ao Empreendedorismo 287
Tabela 49: Parâmetros Regressão - Valores Humanos -> Atitudes 288
Tabela 50: Regressão - Valores Humanos -> Atitude - Modelo por Regiões 289
Tabela 51: Regressão - Valores Humanos -> Atitude – Modelos por Região 290
Tabela 52: Regressão - Valores Humanos -> Atitude – Modelos por Gênero 291
Tabela 53: Parâmetros Regressão - Valores Humanos -> Atitude – Modelos por Gênero 291
Tabela 54: Parâmetros SEM - Modelo 1 303
Tabela 55: Teste do Modelo 1 - Regiões Brasileiras e Cabo Verde 304
Tabela 56: Parâmetros do Modelo 2a 307
Tabela 57: Efeitos diretos, Indiretos e Totais – Modelo 309
Tabela 58: Teste do Modelo 3 - Regiões Brasileiras e Cabo Verde 311
Tabela 59: Parâmetros do Modelo 4 - Modelo Brasil 314
Tabela 60: Modelo 4 – Impacto dos Valores na Intenção Empreendedora por Região 315
Tabela 61: Parâmetros Modelo 5 – Brasil 317
Tabela 62: Efeitos Diretos, Indiretos e Totais Não Padronizados – Modelo 5 318
Tabela 63: Efeitos Diretos, Indiretos e Totais Padronizados – Modelo 5 319
Tabela 64: Tamanho de Efeito – Correlação e Cohen d 320
Tabela 65: Tamanho dos Efeitos Encontrados – Modelo 5 – Brasil 320
Tabela 66: Coeficientes do Modelo 5 – Comparação entre Gêneros 322
Tabela 67: Efeitos Totais e Tamanho de Efeito – Modelo 5 – Comparação Gêneros 324

Lista de Quadros

Quadro 1: Hipóteses da Pesquisa e Métodos Utilizados para Teste de Hipótese 22
Quadro 2: Filtros utilizados para consulta.....32
Quadro 3: Principais artigos utilizados na análise de autocitação 38
Quadro 4: Características mais comumente atribuídas aos empreendedores 55
Quadro 5: Fatores contextuais no empreendedorismo 59
Quadro 6: Diferentes Perspectivas de Cultura propostas por Kroeber e Kluckhohn 65
Quadro 7: Dez diferenças entre sociedades de pequena e grande distância hierárquica 69
Quadro 8: Dez diferenças entre sociedades individualistas e coletivistas.....70
Quadro 9: Dez diferenças entre sociedades de baixa e alta evitação de incerteza 71
Quadro 10: Dez diferenças entre sociedades masculinas e femininas 72
Quadro 11: Dez diferenças entre sociedades com orientações de curto e longo prazo.....73
Quadro 12: Dez diferenças entre sociedades em relação a indulgencia-restrição 74
Quadro 13: Dimensões temporais e características culturais segundo Trompenaars.....79
Quadro 14: Valores segundo Spranger.....85
Quadro 15: Definição dos dez constructos de valores de Schwartz (2001) 89
Quadro 16: Três abordagens em relação a estudos comparativos cross-culturais 97
Quadro 17: Morna Cabo Verdiana – Miss Perfumado – Cesária Évora 170
Quadro 18: Perfil das Universidades Pesquisadas 177
Quadro 19: Testes Utilizados e Recomendações de Amostra 207
Quadro 20: Tipos de Erro: Tipo I, II, e rejeições de hipóteses 209
Quadro 21: Quadro: Escala de Validade de Conteúdo.....214
Quadro 22: Exemplo de Matriz Identidade 215
Quadro 23: Exemplos de fontes de variância comum ao método.....248
Quadro 24: Modelos e tipos de invariância métrica.....255
Quadro 25: Principais Índices de Ajuste para SEM/CFA 298
Quadro 26: Descrição dos Modelos SEM especificados.....300
Quadro 27: Resultado das Hipóteses da Pesquisa.....326

Lista de Figuras

Figura 1: Fluxo dos valores até a decisão de empreender 19
Figura 2: Evolução dos artigos catalogados na base SCOPUS 30
Figura 3: Produção sobre empreendedorismo nos principais periódicos internacionais 33
Figura 4: Gráfico bibliométrico de Citações sobre Empreendedorismo 39
Figura 5: TEA Brasileira comparada com TEA mundial 44
Figura 6: Total geral de microempreendedores individuais Brasil 2009 a 2012 51
Figura 7: Crescimento e estimativas de pessoas por nível educacional na África 53
Figura 8: Relação entre empreendedorismo e infra estrutura 62
Figura 9: Interfaces e Ciclo do empreendedorismo 63
Figura 10: Posição relativa do Brasil nas diferentes dimensões de cultura - Hofstede 75
Figura 11: Modelo de Valores Humanos de Schwartz 90
Figura 12: Diagrama da Teoria da Ação Racional 109
Figura 13: Teoria do Comportamento Planejado 114
Figura 14: Modelo MODE de Relacionamento Atitude-Comportamento 119
Figura 15: Modelo Econômico-psicológico de Intenção Empreendedora 123
Figura 16: Mapa Político do Brasil 135
Figura 17: Crescimento da População Urbana e Rural no Brasil (1950-2010) 143
Figura 18: Exportações, Importações e Balança Comercial Brasileira 2004 a 2012 145
Figura 19: Mapa e localização geográfica de Cabo Verde 157
Figura 20: Vulcão da Ilha do Fogo 158
Figura 21: Principais navegações portuguesas na África Ocidental 160
Figura 22: Mapa da Diáspora Cabo-verdiana 164
Figura 23: Balança comercial Cabo-Verdiana – 2004 a 2012 em milhares de Euros 166
Figura 24: Locais de Coleta de Dados 176
Figura 25: Exemplo da interface utilizada para testes piloto do questionário 181
Figura 26: Distribuição dos alunos por período Brasil e Cabo Verde 187
Figura 27: Resumo de dados ausentes variáveis sócio demográficas 194
Figura 28: Padrão de Dados Faltantes – Dados Sócio Demográficos 195
Figura 29: Resumo de Dados Ausentes Variáveis Escala de Valores Humanos 195
Figura 30: Padrão de Dados Faltantes – Dados Escala de Valores Humanos 196
Figura 31: Resumo de Dados Ausentes Variáveis Escala Intenção Empreendedora 196
Figura 32: Padrão de Dados Faltantes – Dados Questionário de Intenção Empreendedora 197
Figura 33: Simulação de Tamanho de Amostra vs Poder Estatístico 210
Figura 34: Relação entre Tamanho da amostra e Detecção de Efeito 210
Figura 35: Scree Plot – Análise Exploratória - QIE 219
Figura 36: Especificação do Modelo de Intenção Empreendedora 223

Figura 37: Modelo CFA – Intenção Empreendedora 226
Figura 38: Coeficientes CFA – Intenção Empreendedora 228
Figura 39: Especificação de CFA – Escala de Perfis de Valores (Schwartz, 2001) 231
Figura 40: Teste de *cross-loadings* 233
Figura 41: Teste CFA - Modelo Conformidade e Tradição 236
Figura 42: Teste CFA - Benevolência e Universalismo 237
Figura 43: Teste CFA - Universalismo e Auto Determinação 237
Figura 44: Teste CFA - Auto Determinação e Estimulação 238
Figura 45: Teste CFA – Estimulação e Hedonismo 239
Figura 46: Teste CFA – Hedonismo e Realização 240
Figura 47: Teste CFA – Realização e Poder 241
Figura 48: Variância de Erro Variável V9 241
Figura 49: Teste CFA - Modelo Poder e Segurança 242
Figura 50: Teste CFA - Modelo Segurança e Conformidade 243
Figura 51: Fator Comum – Variância Comum ao Método 251
Figura 52: Expectativa dos Alunos Após Terminar Graduação 263
Figura 53: Alunos que Frequentaram Disciplinas de Empreendedorismo 265
Figura 54: Média Variáveis QIE vs Gênero 266
Figura 55: Intenção Empreendedora vs Período 269
Figura 56: Média Intenção Empreendedora vs Realização Curso Empreendedorismo 270
Figura 57: Comparação entre Intenções Empreendedoras entre Grupos 271
Figura 58: Comparação de Valores x Região 272
Figura 59: Média de Valores Humanos x Gênero 273
Figura 60: Expectativa Após fim do Curso vs Valores 274
Figura 61: Comparação entre Gêneros e Quartil de Intenção Empreendedora 277
Figura 62: Modelo de Relacionamento entre variáveis do QIE 305
Figura 63: Diagrama de Efeitos Diretos e Indiretos 308

Lista de Modelos

Modelo SEM 1: Modelo 1 - Previsão da IE utilizando TCP 302
Modelo SEM 2: Modelo 2 - Previsão de IE proposto por Liñán & Chen (2009) 305
Modelo SEM 3: Modelo 2a – Modelo 2 com Impactos de PCC nas Atitudes 306
Modelo SEM 4: Modelo 3 - Teoria da Ação Racional.....310
Modelo SEM 5: Modelo 4 – Predição de IE pelos Valores.....313
Modelo SEM 6: Modelo 5 – Predição das Intenções pelos Valores, Atitudes e Normas Subjetivas...316

Apêndices

Apêndice A: Questionário Utilizado na Pesquisa 366
Apêndice B: Variáveis da Escala de Valores Humanos Schwartz (2001) 370
Apêndice C: Variáveis Questionário Intenção Empreendedora (Liñán & Chen,2009) 371
Apêndice D: MODELO DE COMPUTACAO DA ESCALA DE SCHWARTZ 372
Apêndice E: Detecção de resíduos e Outliers 375
Apêndice F: Outliers removidos Analise de Regressão 376
Apêndice G: Assimetria e Curtose das Variáveis 377
Apêndice H: Distribuição de Frequências das Variáveis de Valores Humanos e Questionário Intenção Empreendedora 378
Apêndice I: Teste de Normalidade – Divido por Região de Coleta 382
Apêndice J: Residuais da CFA - Questionário de Intenção Empreendedora 383
Apêndice K: Modelo de Valores Humanos – Validacao Brasileira – Tamayo e Porto (2009) 384
Apêndice L: Modelos Teste de Invariância - Questionário de Intenção Empreendedora 385
Apêndice M: Resíduos de Regressão – VI – Valores Humanos – VD: IE, AE, NS 388
Apêndice N: Correlações Entre AE, IE, PCC e NS 389
Apêndice O: Variáveis Compostas de Valores Humanos – Modelo e Estatísticas 390
Apêndice P: Comparação entre regiões – Médias do QIE 392
Apêndice Q: Comparação entre métodos de estimação – ADF e ML. 395
Apêndice R: Comparação entre Coeficientes – Variáveis Compostas vs SEM 396
Apêndice S: Parâmetros do Modelo 4 – Comparados por Região Geográfica 397

Sumário

1. Introdução 19
2. Objetivo 20
3. Justificativa 23
4. Referencial Teórico 29
4.1 Pesquisa Bibliométrica 29
4.1.1 Software Bibliométrico 31
4.1.2 Pesquisa Bibliométrica sobre Empreendedorismo 32
4.2 Empreendedorismo 41
4.2.1 A Importância do Empreendedorismo na Atualidade 45
4.2.2 Empreendedorismo: Perspectiva Psicológica 54
4.2.3 Empreendedorismo: Teorias Situacionais 59
4.3 Cultura e Cultura Nacional 65
4.3.1 Modelos de Cultura 67
4.3.2 Subculturas 80
4.3.3 Valores 81
4.3.4 Modelo de Valores Humanos de Schwartz 88
4.4 Estudos Comparativos ou Cross-Cultural 93
4.5 Atitudes 100
4.5.1 Teoria da Ação Racional 108
4.5.2 Teoria do Comportamento Planejado 112
4.5.3 Modelo MODE 117
4.5.4 Atitudes, Intencionalidade e Intenção Empreendedora 120
4.6 Cultura e Empreendedorismo 128
5. Identificação e perfil dos países 135
5.1 Brasil 135
5.1.1 Breve Histórico 137
5.1.2 População 143
5.1.3 Aspectos Socioeconômicos 144
5.1.4 Identidade Nacional Brasileira 146
5.2 Cabo Verde 157
5.2.1 Breve Histórico 159
5.2.2 População 163
5.2.3 Aspectos Socioeconômicos 165
5.2.4 Identidade Nacional Cabo-verdiana 169
6. Metodologia 173
6.1 Método de Pesquisa 174
6.2 Participantes 176
6.3 Tratamento dos Dados Quantitativos: 178
6.4 Instrumentos e Escalas Utilizadas 179
6.4.1 Adaptação e Tradução das Escalas Utilizadas 179
6.4.2 Questionário Sócio Demográfico 181
6.4.3 Escala de Questionário de Perfis de Valores (QPV) 181
6.4.4 Escala de Atitudes e Intenção Empreendedora 183
6.4.5 Procedimentos 185
7. Análise dos Dados 186
7.1 Caracterização da Amostra 186
7.2 Bootstrapping 189
7.3 Analises Exploratória de Dados 191
7.3.1 Análise dos Dados Perdidos 191

7.3.2 Análise de Outliers 198
7.4 Analise de Normalidade dos Dados 203
7.5 Amostra e Poder Estatístico Associado 206
7.6 Validade 211
7.6.1 Validade Aparente e de Conteúdo 213
7.6.2 Análises Fatoriais 214
7.6.3 Análise Fatorial Confirmatória 222
7.6.4 Testes de Confiabilidade 244
7.6.4.1 Alfa de Cronbach 245
7.6.5 Variância Comum ao Método 248
7.6.6 Equivalência Cross Cultural das Medidas 253
7.7 Estatísticas Descritivas 261
7.8 Comparações entre Grupos 263
7.9 Análises de Correlação 278
7.10 Análises de Regressão Linear 283
7.11 Modelagem de Equações Estruturais (SEM) 292
8. Conclusões 326
8.1 Hipótese 1 327
8.2 Hipótese 2 329
8.3 Hipótese 3 331
8.4 Hipótese 4 333
8.5 Hipótese 5 335
8.6 Outras Conclusões e Achados 340
9. Limitações e Recomendações para Pesquisas Futuras 343
10. Considerações Finais 346
REFERENCIAS 348

1. Introdução

O empreendedor busca oportunidades disponíveis no ambiente, promove a inovação (DRUCKER, 1985; KNIGHT,1997) e desenvolve a economia (COVIN & SLEVIN, 1991), trazendo progresso econômico e riqueza para a sociedade (SCHUMPETER, 1934; MARTIN & PICAZO, 2009). Por isso, praticamente todos os governos do mundo dedicam recursos substanciais para encorajar, apoiar e estimular os empresários que pretendem começar e desenvolver novas empresas (BRENER, 1987, WONGLIMPIYARAT, 2009).

O empreendedorismo é atualmente um dos temas acadêmicos que mais cresce atualmente, devido em grande parte à importância da criação de empresas para a prosperidade das economias em todo o mundo. Segundo Crook e colaboradores (2009) a divisão de Empreendedorismo da *Academy of Management*, aumentou o número de membros de 917 em 2000 para 2370 em 2009, representando um aumento de 155%, sendo umas de maior crescimento no *Academy of Management*.

No entanto, Baumol (1990, p.898) afirma que as condições do empreendedorismo “mudam drasticamente de um lugar para outro”. As diferentes condições encontradas indicam que o processo de criação de empresas pode contar com inúmeras variáveis e particularidades regionais (SHANE,1992).

Segundo Turan et al (2009) as pesquisas iniciais sobre quais fatores poderiam aumentar a atividade empreendedora concentraram-se inicialmente em fatores econômicos e legais, mas posteriormente reconheceu-se a importância de características psicológicas para entender o empreendedorismo. Desde então houve um aumento significativo na literatura sobre estudos que examinaram buscam definir um perfil, características, atributos e motivações dos empreendedores.

Apesar da expansão destes estudos, os resultados de abordagens focadas em traços psicológicos não conseguiram alcançar os resultados esperados, pois em geral os modelos apresentam baixo poder preditivo da atividade empreendedora. Por isso, Elke U. Welter (2001) indica que atualmente existe um entendimento de que o processo empreendedor pode ser mais bem compreendido quando se verifica o contexto em que ocorre, incluindo as dimensões sociais (GRANOVETTER,1985; ROGERS, 2007, ALDRICH & KIM, 2007), espaciais/demográficas (KATZ & STEYAERT, 2004), institucionais (POLANYI, 1957) e culturais (WEBER, 1958).

Pearson e Chatterjee (2001) afirmam que características culturais e institucionais determinam a alocação da atividade empreendedora. Busenitz e Lau (1996) indicam que a decisão de se iniciar uma empresa depende basicamente da estrutura ou do ambiente onde o empreendedor está inserido. No entanto, esta decisão é realizada através de um processo cognitivo que é influenciado por um conjunto de variáveis relacionadas a contextos sociais, valores culturais e condições pessoais.

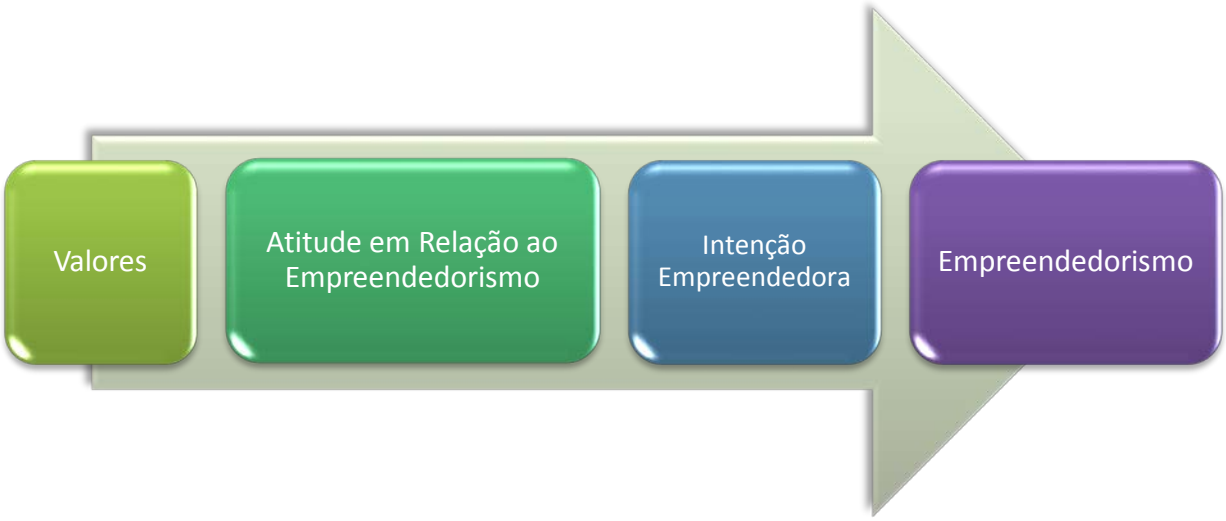
Existe farta evidência empírica indicando que o nível de empreendedorismo varia enormemente entre países (DANA, 1987; SHANE 1993; COWLING,2000; VAN STEL, 2005). A relativa uniformidade entre condições econômicas, tecnológicas e institucionais de alguns países desenvolvidos indicam que fatores não relacionados à condições econômicas dos países possam auxiliar o entendimento da variação entre o nível de empreendedorismo nas diferentes nações (SHANE 1992).

A ideia de que o empreendedorismo, a taxa de criação de empresas ou o desenvolvimento econômico e regional estão associados a valores propícios ao empreendedorismo ou mesmo uma cultura empreendedora não é recente, estando presente em vários trabalhos clássicos que associam questões culturais à decisão de empreender (e.g. WEBER, 1958).

Uma cultura, através de seus valores, crenças e normas podem influenciar atitudes em relação a um objeto, segundo a Teoria da Ação Refletida (FISHBEIN & AJZEN,1971) e a Teoria do Comportamento Planejado (AJZEN, 1985). Thomas e Muller (2000) indicam que uma atitude pode ser considerada como pensamentos, sentimentos e intenções de comportamento pré-determinados, mas mutáveis. Para Filion (1999, p.9) “as culturas, necessidades e hábitos determinam o comportamento”, e os empreendedores dentro de cada cultura, “integram, interpretam e assimilam estes comportamentos”.

Segundo Robinson e colaboradores (1991), o uso de atitudes pode ser mais eficaz do que a busca de traços de personalidade para prever ações empreendedoras. Segundo o modelo proposto abaixo, os valores humanos influenciariam a atitude em relação ao empreendedorismo, que por sua vez teria um impacto na intenção empreendedora, que seria o melhor preditor para a atividade empreendedora (AJZEN,1991), conforme Figura 1:

Figura 1: Fluxo dos valores até a decisão de empreender



Outra vantagem em se utilizar a abordagem de atitudes ao invés de traços é que as atitudes são mais facilmente mutáveis do que os traços de personalidade (Robinson, et al., 1991). Thomas e Muller (2000) concluem que é mais viável modificar as atitudes deliberadamente do que outras características pessoais, no que tange o empreendedorismo, sendo assim útil entender as atitudes e se necessário transforma-las para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Adicionalmente, o questionamento sobre a portabilidade do campo teórico do empreendedorismo para culturas diversas, dado o efeito do empreendedorismo nos diferentes países é ao mesmo tempo válido e também importante (PEARSON e CHATTERJEE, 2001). Thomas e Mueller (2000) apontam que a falta de pesquisa sobre empreendedorismo em contextos diversos têm sido considerado um dos maiores problemas para a aplicação da teoria do empreendedorismo internacionalmente.

2. Objetivo

A presente pesquisa tem como seu objetivo principal realizar um estudo comparativo entre estudantes universitários brasileiros e cabo-verdianos, considerando os valores culturais e seus impactos na atitude em relação ao empreendedorismo, entendendo outros fatores que possam ser os antecedentes das atitudes, objetivando explicar o relacionamento destas variáveis com a intenção empreendedora (IE).

Outro objetivo envolve a comparação entre valores culturais dos dois países, e entre as regiões brasileiras, utilizando ao modelo de Valores Humanos de Schwartz (2001), nas dimensões de auto direção, estimulação, hedonismo, realização, poder, segurança, conformidade, tradição e benevolência, que em conjunto permitem entendem melhor as culturas em estudo, inclusive possibilitando a associação destas dimensões à atitudes e intenções relacionadas ao empreendedorismo.

Segundo C. Ember e M. Ember (2009), uma pesquisa científica deve ser começar pela definição de uma pergunta clara, sendo considerada uma das fases mais importantes e difíceis do processo de pesquisa. Adicionalmente, Marczyk e colaboradores (2005) indicam que os bons problemas de pesquisa devem seguir três critérios, descrever o relacionamento entre duas ou mais variáveis, ter a forma de questão e deve ser passível de ser testado empiricamente.

Seguindo a recomendação destes autores e os passos previstos para a proposição de uma questão de pesquisa, após uma revisão criteriosa da literatura existente, foi constituída a seguinte pergunta de pesquisa:

Qual a relação entre valores culturais, a atitude pessoal em relação ao empreendedorismo (AE) e a intenção empreendedora (IE) nas regiões selecionadas?

A resposta a esta questão é complexa, e envolve uma série de questões secundárias que permitem responder à questão não somente com um “grau de associação”, representados por uma correlação, mas também compreender as diferentes dinâmicas de associação, incluindo efeitos de mediação entre variáveis, efeitos diretos e indiretos, e impacto de características demográficos e culturais, que nos conduz para as questões secundárias ou objetivos específicos da pesquisa:

- Quais dos Valores Humanos segundo Schwartz (2001) estão relacionados com a atitude em relação ao empreendedorismo?
- Quais dos Valores Humanos segundo Schwartz (2001) estão relacionados com a IE?
- Quais são os melhores preditores da IE?
- As atitudes em relação ao empreendedorismo(AE), a percepção sobre o controle do comportamento(PCC), normas subjetivas (NS) ou os valores podem predizer satisfatoriamente a intenção de se tornar um empreendedor (IE)?
- A relação entre valores, atitudes e intenção empreendedora se mantém nas diferentes culturas selecionadas?
- Existem diferenças entre os Valores Humanos nas culturas estudadas?
- Se existe diferença, em quais dimensões? Existem fatores sócio demográficos que influenciam a AE ou a IE?
- Existe diferença entre a Atitude Pessoal, Intenção Empreendedora e Apoio Social ao empreendedorismo entre as regiões?

A partir do modelo exposto na Figura 1, e a revisão de literatura foi gerada a hipótese principal, que busca testar a existência de uma relação significativa entre os valores culturais a atitude, e a intenção empreendedora (SCHWARTZ et al., 2001; FISHBEIN & AJZEN, 1975; AJZEN (1985); LÌÑAN e CHEN, 2009).

São hipóteses secundárias as relações mais específicas entre valores e intenção empreendedora, além de relações entre valores e a intenção de se tornar um empreendedor. As Hipóteses do presente estudo são apresentadas no Quadro 1:

Quadro 1: Hipóteses da Pesquisa e Métodos Utilizados para Teste de Hipótese

Hipóteses da pesquisa	Método
H1: Existem relações estatisticamente significativas entre valores humanos, atitudes e intenção empreendedora.	Análise de Correlação/ Regressão/ Regressão/SEM
H1a: Indivíduos que possuem maior escore na dimensões relacionadas à Abertura à mudanças (Estimulação e autodeterminação) possuem maior intenção empreendedora (IE) e atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo (AE).	Análise de Correlação / Regressão/SEM
H1b: O Hedonismo está negativamente associado à IE e AE	Análise de Correlação/SEM Regressão
H1c: Valores de Auto Melhoria (realização e poder) estão positivamente associados à IE e AE.	Análise de Correlação/SEM Regressão
H1d:Valores de Conservadorismo (Segurança, Conformidade e Tradição) tem uma relação inversa com a IE e AE.	Análise de Correlação / Regressão/ SEM
H1e: Os valores de Autotranscedência (Universalismo e Benevolência) não estão associados à IE e AE.	Análise de Correlação / Regressão/ SEM
H2: Os estudantes nas regiões selecionadas apresentam diferenças nas dimensões de valores segundo modelo de Schwartz (2001)	ANOVA
H3: Os estudantes nas regiões selecionadas apresentam diferenças em intenções, atitudes, percepção de controle e apoio social em relação ao empreendedorismo	ANOVA
H4: O modelo de intenção empreendedora baseado na Teoria da Ação Planejada (incluindo percepção de controle) é superior ao modelo da Teoria da Ação Racional para predizer a intenção empreendedora	SEM
H5: Os valores culturais, as atitudes, percepção de controle e apoio social em relação ao empreendedorismo podem predizer a intenção empreendedora	**Análise de Correlação / Regressão/ SEM**

3. Justificativa

Há uma carência de pesquisas que estabeleçam e verifiquem a relação entre valores culturais e atitudes em relação ao empreendedorismo e consequentemente a intenção de se tornar um empreendedor (MARTIN E PICAZO, 2009). É de fundamental importância compreender os valores e atitudes em relação ao empreendedorismo, pois as atitudes em relação a um comportamento são construídas através de experiências diretas ou indiretas em relação ao comportamento em questão. Durante a aquisição de experiências os indivíduos formam e mudam crenças sobre as consequências do comportamento, além de poder mudar a avaliação sobre as consequências (MANSTEAD, 2001).

Do ponto de vista prático, a identificação de crenças, percepções sobre resultados da atividade empreendedora (*outcomes)*, apoio social e as intenções empreendedoras permite discriminar os indivíduos que tem a intenção dos que não tem a intenção empreendedora, e a partir desta identificação desenvolver intervenções que possam ser efetivas em aumentar a intenção e consequentemente incentiva um dado comportamento em uma série de aplicações práticas, neste caso aumentar a taxa de empreendedores nas regiões pesquisadas.

Krueger, Reilly e Carsrud (2000) afirmam que embora fatores demográficos, traços psicológicos, a situação de emprego (empregado ou desempregado) e conhecimentos específicos tenham sido tradicionalmente utilizados para identificar o indivíduo empreendedor, a evidencia empírica indica que estes modelos em geral contam com baixo poder preditivo, ao passo que os modelos intencionais que estudam também os antecedentes das intenções, como atitudes, valores e normas subjetivas, configuram-se como oportunidades significativas de aumentar a habilidade de entender e predizer o comportamento empreendedor, pois as intenções são os melhores preditores de comportamentos planejados, como é o caso empreendedorismo (AJZEN,1991).

Além da carência de dados e evidência empírica sobre a relação entre valores, atitudes e intenção empreendedora, a dificuldade torna-se muito maior para encontrar estudos realizados em países em desenvolvimento, e praticamente inexistente para as populações brasileira e cabo-verdiana.

Pearson e Chatterjee (2001) afirmam que é valido o questionamento sobre a portabilidade do campo teórico do empreendedorismo para culturas diversas, considerando-se a diferença entre os fatores que parecem afetar o empreendedorismo em diferentes países. Não obstante, gestores

que definem políticas governamentais com o objetivo de estimular a atividade empreendedora frequentemente utilizam-se de casos de sucesso e recomendações encontradas na literatura sobre o assunto baseando-se majoritariamente em casos Norte Americanos e Europeus. A falta de pesquisa sobre empreendedorismo em contextos diversos têm sido considerado um problema para a aplicação da teoria do empreendedorismo internacionalmente. (THOMAS E MUELLER, 2000).

Segundo Thomas e Mueller (2000) a grande maioria da pesquisa em ciências sociais e a particularmente no caso do empreendedorismo têm sido gerada nos contextos Norte Americano e da Europa Ocidental, o que coloca em questão a aplicabilidade para contextos extremamente diferentes em termos do ambiente de negócio, culturais, entre outros.

Da mesma maneira, Thomas e Mueller (2000) afirmam que a região foco de sua pesquisa (países asiáticos) necessita de maior desenvolvimento e conhecimento prático e teórico para auxiliar na definição de políticas públicas e no desenvolvimento. A mesma situação parece ocorrer no caso do Brasil e de Cabo Verde.

Existem ainda outras vantagens em utilizar as culturas selecionadas. Carol Ember e Melvin Ember(2009) indicam que uma familiaridade com os casos, ou a cultura estudada, pode auxiliar a formulação de uma nova teoria ou a compreensão dos resultados. O autor da pesquisa, por ter vivido nas duas culturas, contanto com experiência profissional e pessoal nestes contextos pode ter maior capacidade de interpretação dos resultados, com o efeito de visão local nos dois países estudados.

Além disso, conforme sugere Eggan (1954) o uso de comparações regionais ou “comparações controladas”, onde as amostras com certa similaridade permitem isolar o efeito de história, geografia e a língua, mantendo os constantes. Estas condições se verificam na presente pesquisa, ao utilizar Brasil e Cabo Verde, culturas que têm similaridade em sua origem, características culturais e na sua língua.

Estudos internacionais comparativos sobre empreendedorismo ainda são raros, devido a barreiras como dificuldade de acesso a empreendedores de outros países, altos custos e também a dificuldade de encontrar dados publicados (THOMAS E MUELLER, 2000). No entanto, a medida que o interesse internacional sobre o empreendedorismo cresce, seja em termos práticos ou científicos, a realização de testes sobre a aplicabilidade de teorias e a atributos relacionados

ao empreendedorismo em contextos culturais diversos torna-se imprescindível (THOMAS E MUELLER, 2000).

Ao compreendermos as influências dos valores humanos sobre o desenvolvimento da intenção empreendedora podemos utilizar a teoria internacional sobre o empreendedorismo, e adapta-las para a utilização em diversas regiões do mundo, inclusive guiando políticas públicas para o crescimento do empreendedorismo (THOMAS E MUELLER, 2000). Segundo Turan et al (2009), pesquisas metodologicamente rigorosas no domínio do empreendedorismo internacional podem auxiliar a desenvolver teorias mais precisas e generalizáveis sobre a criação de empresas e assim auxiliar na definição de políticas públicas eficazes para as regiões ou países, considerando as particularidades de sua população.

Está pesquisa utilizou como amostra estudantes universitários. Utilizar universitários para estudar o empreendedorismo traz consigo algumas limitações, mas as vantagens sobrepõem-se as desvantagens (SCHERER *et al,* 1989). Para corroborar a escolha da população estudada foi seguida a recomendação de Thomas e Muller (2000), que lista três motivos principais para a escolha de estudantes: a dificuldade de acesso a empreendedores já identificados (já possuem um negócio próprio), a importância de estudar o "espirito empreendedor" dos estudantes e homogeneidade da amostra, permitindo melhores comparações devidas somente a diferenças culturais e não a experiências prévias ou outros fatores demográficos que possam influenciar a atitude ou intenção empreendedora.

Em relação à dificuldade de selecionar empreendedores, existem várias limitações, iniciando pela própria dificuldade de definição do conceito de empreendedor, que às vezes é igualado a donos de pequenos negócios, o que não necessariamente implica um sujeito com características empreendedoras. É também impossível verificar se as características ou atitudes em relação ao empreendedorismo mudaram em virtude de ter iniciado uma empresa, ou de já possuir estas atitudes ou traços antes de iniciar uma empresa. Outro ponto importante é que em muitos países em desenvolvimento, grande parte dos empreendedores se mantêm na clandestinidade e não fornecem estatísticas e informações para serem devidamente pesquisados.

Uma vantagem adicional dos estudantes universitários é que estes podem ser considerados fortes candidatos a futuros empreendedores, seja em países desenvolvidos ou em desenvolvimento. É cada vez mais importante a criação de novas empresas baseadas em serviços e produtos de alta tecnologia e complexidade, que por sua vez dependem da educação

formal e treinamento que podem muitas das vezes ser encontrados nas Universidades (Thomas e Muller, 2000). Assim, podemos considerar os estudantes como potenciais empreendedores de sucesso.

Finalmente, segundo Thomas e Muller (2000) selecionando estudantes universitários aumenta-se a comparabilidade entre amostras de diferentes culturais, pois fatores como idade, experiência prévia, acesso a conhecimento, nível de escolaridade que poderiam representar diferenças, pois dentro do universo amostral estes fatores são relativamente homogêneos, mesmo entre diferentes culturas.

Importante também é destacar a conveniência, acessibilidade e economia de tempo e de recursos, consideravelmente maior do que empreendedores dispersos em centenas de diferentes empresas. Adicionalmente, Hansemark (1998) defende que a identificação e o apoio a empreendedores em potencial durante o processo educacional pode trazer vários benefícios econômicos de longo prazo.

Em relação a cultura e empreendedorismo, Turan e colaboradores (2009), realizaram um estudo semelhante utilizando a Turquia e Quirguistão, comparando os valores empreendedores. Por isso, um estudo comparativo entre Brasil e Cabo Verde, considerando os contrastes e similaridades em termos culturais e contextuais, e fatores que explicam a intenção empreendedora, apresentar-se-ia interessante e com grande potencial de gerar achados científicos e implicações práticas.

Thomas e Muller (2000) afirmam que existem alguns valores comuns entre empreendedores, mas que outros valores estão relacionados aos valores da cultura nacional. Isto é alguns valores "universais" de empreendedorismo e outros específicos da cultura onde está inserido. Os autores citam o exemplo do empreendedor norte americano caracterizado por individualismo em oposição ao empreendedor asiático que depende de ligações familiares para realizar negócios.

Em relação a seleção da amostra, a importância dos países, suas relações comerciais e históricas são igualmente relevantes. As relações do Brasil com a África, e especificamente com Cabo Verde vêm aumentando drasticamente nos últimos anos. Somente no primeiro semestre de 2012 as exportações para o continente Africano alcançaram 5,5 bilhões de dólares, ultrapassando as exportações para o Oriente Médio, e as exportações para França e Alemanha combinadas.

Ademais os países de língua portuguesa são uns dos maiores parceiros comerciais do Brasil, principalmente pela questão da língua, história e culturas próximas (OGLOBO, 2012).

De acordo com dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE, 2013), o arquipélago importou bens no valor de 597 milhões de Euros em 2012. As importações com origem no Brasil alcançaram 24 milhões de Euros, com mais de 230 mil toneladas de mercadorias, composto em sua maioria por açucares, ferros e carnes de frango. Este valor embora ainda represente somente 4,1% das importações cabo-verdianas, vem crescendo expressivamente nos últimos anos.

Durante a gestão do governo Lula (2003–2010), o país se aproximou de maneira expressiva do continente Africano. Esta tendência de aproximação não uma exclusividade do Brasil, é uma tendência mundial. O continente Africano passou na última década por uma transformação notável, com uma nova onda de investimentos, com um mercado em crescimento ajudando a mitigar os efeitos das crises como de 2008-2009.

O *African Economic Outlook* (AfDB, 2012) indica que o comercio entre o continente Africano e seus novos parceiros comerciais está estimado em 673,4 bilhões de dólares anuais, sustentado por um número cada vez maior de parcerias de negócio que deixam de estar presentes somente entre países ditos desenvolvidos para englobar países do oriente e do hemisfério sul. Atualmente as cinco potências emergentes que mais tem parceria com o continente Africano são a China, Índia, Brasil, Coréia do Sul e Turquia.

No caso brasileiro, este aumento das relações pode ser também inferido pela participação e diversos acordos culturais e educacionais que o país tem tido com a África, principalmente com Cabo Verde. Atualmente Cabo Verde, é o país que possui a maior quantidade de alunos estudando em Universidades brasileiras, através do programa de Estudante Convênio Graduação (PEC-G) (MEC, 2013). Além disso, o Brasil auxiliou no estabelecimento da primeira Universidade Pública em Cabo Verde a UNICV, o possibilitando a formação de recursos humanos de alto nível para desenvolver o país.

Cabo Verde é atualmente o país africano com maior peso do sector de serviços na economia, alcançando 80 % em 2012. Este setor tem crescido de forma expressiva nos últimos anos, sendo o maior gerador de empregos no país (UN, 2012). O Governo de Cabo Verde apostado no empreendedorismo como uma das ações para a diminuição da pobreza (INE, 2009). Além disso,

Universidades locais têm promovido constantemente o tema, se dedicando a pesquisa no assunto, por se tratar de uma prioridade da área de administração no país.

Toda está conjuntura têm aumentado o interesse do país no tema empreendedorismo o que cria uma necessidade de se entender melhor os fatores que influenciam a intenção empreendedora dos estudantes brasileiros e cabo-verdianos, buscando diferenças e semelhanças que possam ser úteis para melhor desenvolver o empreendedorismo nos dois países. Embora com características geográficas e de escala completamente diversas, as ligações culturais destes países podem ajudar a entender melhor o processo de criação de novos negócios e permitir um crescimento estruturado nos dois países em estudo.

Segundo Crook *et al.,* (2009) novos métodos de pesquisa são necessários, principalmente métodos que utilizem outros níveis de análise e de metodologia de pesquisa, sendo pesquisas comparativas nacionais importantes para entender melhor o fenômeno do empreendedorismo em condições culturais, políticas, e econômicas diferenciadas. Um ponto importante a ser destacado é a possível aplicabilidade dos resultados para outros países da África, especificamente os de língua portuguesa, os quais o Brasil tem apresentado uma ligação comercial cada vez maior.

Adicionalmente, segundo Martinelli (2001) a pesquisa sobre empreendedorismo deve adotar uma perspectiva multidisciplinar, comparativa que procure integrar a análise do contexto, incluindo mercado, estrutura social e cultura com uma teoria do ator que identifique as motivações, valores, atitudes e processos cognitivos além de interesses pessoais.

4. Referencial Teórico

Neste capítulo serão apresentados os principais conceitos utilizados na tese, identificando e analisando os principais artigos e o estado da arte dos temas estudados, em uma revisão bibliográfica. Um dos procedimentos iniciais consistiu na realização de uma pesquisa bibliométrica para identificar os principais autores e artigos disponíveis sobre empreendedorismo. É apresentada também uma breve explicação sobre o processo de coleta e análise dos dados bibliométricos, sua importância e aplicações.

Os demais itens da revisão de literatura abordam os principais constructos e aportes teóricos aplicados na presente pesquisa para os seguintes temas: Empreendedorismo, Cultura e Cultura Nacional, Atitudes, Cultura e Empreendedorismo e Estudos Comparativos ou Cross-culturais, consultando os estudos mais recentes, e trabalhos que representam o estado da arte internacional sobre os conceitos apresentados, e suas inter-relações. As principais bases de dados para artigos foram: o ISI *Web of Science*, EBSCO, SCIRUS, *Science Direct*, Portal Capes, que contém centenas de journals especializados nos temas estudados, além de outras fontes de pesquisa como livros e obras de referência na área.

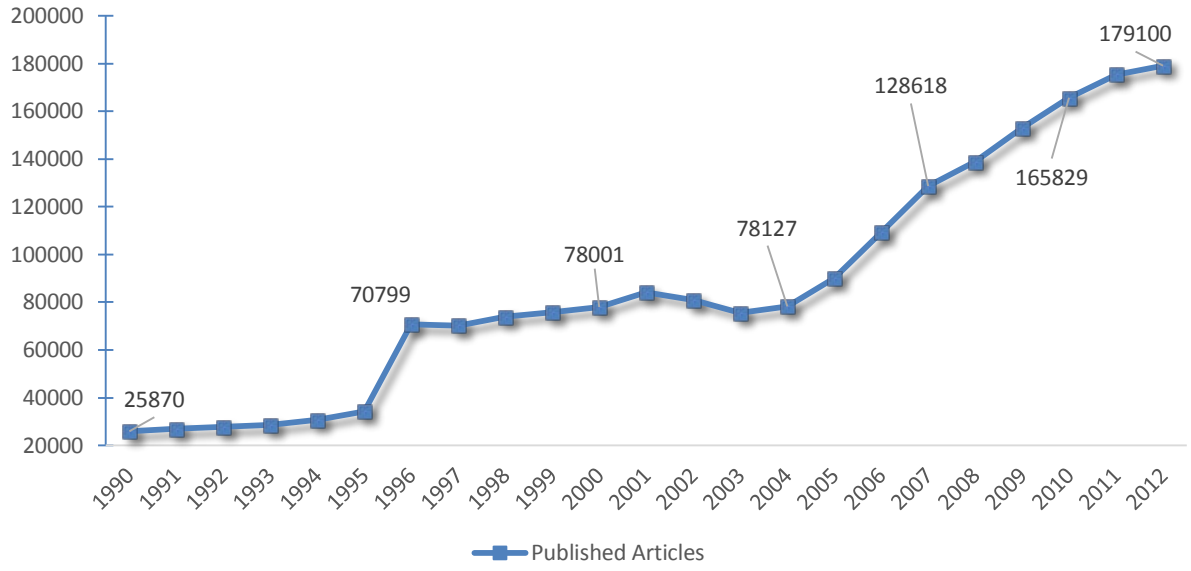
4.1 Pesquisa Bibliométrica

A pesquisa cientifica gerada em todas as áreas do conhecimento cientifico têm alcançado nos últimos anos um nível de produção muito superior ao que pode ser efetivamente lido por seus pesquisadores, mesmo subdividindo as grandes áreas do conhecimento como as Ciências Sociais, Engenharias, Física, Química, Biologia, por exemplo.

O banco de dados SCOPUS que conta com resumo e texto completo de teses, artigos e resumos registra somente para o ano de 2012 um total de 179.100 artigos publicados, 24.957 no em publicação, 15.959 trabalhos apresentados em congressos e eventos e mais de 21 mil revisões publicados na língua inglesa, distribuídos pelas áreas de ciências sociais, administração, gestão, contabilidade e psicologia. Em comparação, no mesmo banco de dados e com os mesmos filtros de seleção, no ano de 1990 o total de artigos foi de 25.870, com 1.987 publicações em anais de eventos e 1,651 revisões.

Houve um aumento de mais de 592 % somente no número de artigos, indicando o grande crescimento do volume de publicação mundial, reforçando a tendência de que este número aumente expressivamente nos próximos anos. Podemos verificar este aumento na Figura 2:

Figura 2: Evolução dos artigos catalogados na base SCOPUS



O crescimento quase exponencial da quantidade de artigos publicados evidenciam a necessidade do estudo da produção científica para que sejam identificados os principais artigos e periódicos em qualquer área académica. O termo *statistical bibliography*, atualmente conhecido como Bibliometria, foi introduzido pela primeira vez em 1923 por E. Wyndham Hulme referindo-se aos métodos e técnicas utilizados para se compreender os processos científicos e tecnológicos por meio da contagem de documentos e publicações. (GUEDES & BORSCHIVE, 2005).

O termo Bibliometria foi "popularizado" por Allan Pritchard, em seu artigo seminal *Statistical Bibliography or Bibliometrics*, publicado em 1969, para designar a área de estudos que usa métodos matemáticos e estatísticos para investigar e quantificar os processos de comunicação escrita, incluindo livros, artigos e outros meios de comunicação (GUEDES & BORSCHIVE, 2005).

A análise da produção científica, das citações e dos conteúdos produzidos pela comunidade cientifica são o objeto de estudo da Bibliometria. Sendo assim, a disciplina trata de quantificar a comunicação escrita, utilizando uma série de processos para o levantamento, tratamento e a apresentação de dados (GUEDES & BORSCHIVER, 2005). Os principais parâmetros

verificados em um estudo bibliométrico são publicações, autores, palavras-chave, instituições, país de origem dos pesquisadores e das instituições, quantidade de citações e principais periódicos.

Carrizo-Sainero (2000) define a bibliometria como um processo de reunião de conhecimento metodológico, com o uso de técnicas quantitativas para avaliar o processo de produção, comunicação e também do uso da informação cientifica. Atualmente, a bibliometria constitui uma das ferramentas fundamentais utilizadas pelos profissionais de informação e gestores para a determinação de indicadores críticos de avaliação da produção científica e também como uma ferramenta de interação entre pesquisadores, instituições e áreas de conhecimento, permitindo construir e visualizar redes complexas de relacionamento entre vários níveis de análise.

Glanzel (1996) indica que bibliometria é uma disciplina complexa que embora possa ser classificada como ciência social está condicionada às ciências puras e técnicas. Portanto qualquer caracterização metodológica requer métodos de processamento dos dados bem documentados, contando com uma definição clara das fontes e uma definição exata dos indicadores. Além disso, existe a necessidade da seleção e integração efetiva de tecnologias aplicadas em estudos diversos.

4.1.1 Software Bibliométrico

Foi utilizado o Histcite, versão 12, um software usado para análises bibliométricas e visualização de informação. O principal objetivo do software é de tornar mais amigável a análise bibliométrica e as tarefas de visualização dos resultados. Este software utiliza informações como autores, títulos, datas, referências bibliográficas, localização de autores e instituições entre várias outras informações que podem ser utilizadas para o estudo de qualquer campo de pesquisa cientifica.

Desta forma, o software permite responder as principais questões de bibliometria, tais como:

a) Qual a quantidade de artigos que já foi publicada sobre um determinado tema?
b) Quais são os países que detém a maior quantidade de artigos e citações?
c) Quais são as línguas utilizadas para comunicar as recentes descobertas cientificas?

d) Quais são os periódicos que dão maior atenção ao tema e quais são os mais importantes?
e) Quais são os autores e artigos mais importantes e como eles se influenciaram durante a consolidação do campo de estudos?

4.1.2 Pesquisa Bibliométrica sobre Empreendedorismo

Foi realizada uma pesquisa no dia 05 de Janeiro de 2013, no website da *ISI Web of Knowledge* (http://apps.isiknowledge.com) para realizar uma análise detalhada das tendências, principais veículos, autores e tópicos dentro da área de empreendedorismo. O indicador mais conhecido de impacto científico para mensurar a quantidade de citações dos artigos é o da *Thompson Scientific*, presente no portal *Web of Knowledge do Institute for Scientific Information* (ISI). Em 2009, o *Institute for Scientific Information* catalogava mais de 10.000 periódicos em todas as áreas do conhecimento.

A pesquisa utilizou os seguintes critérios de pesquisa próprios do sistema, considerando artigos, com todos os artigos publicados do início dos registros (1945) até 31 de dezembro de 2012:

Quadro 2: Filtros utilizados para consulta

Tópico	Refinado por:	Refinado por:
Entrepreneurship	Document Type=(ARTICLE)	Timespan=1945-01-01 - 2012-12-31. Databases=SCI-EXPANDED, SSCI, CPCI-SSH.

Este conjunto de parâmetros resultou em 5827 artigos. Após serem classificados em ordem de número de citações, foram transferidos onze arquivos com 500 registros cada um, e um arquivo com 387 registros, devido à limitação do software escolhido. O formato escolhido para exportação foi o de texto simples (TXT) com todos os campos disponíveis na base de dados, incluindo os resumos.

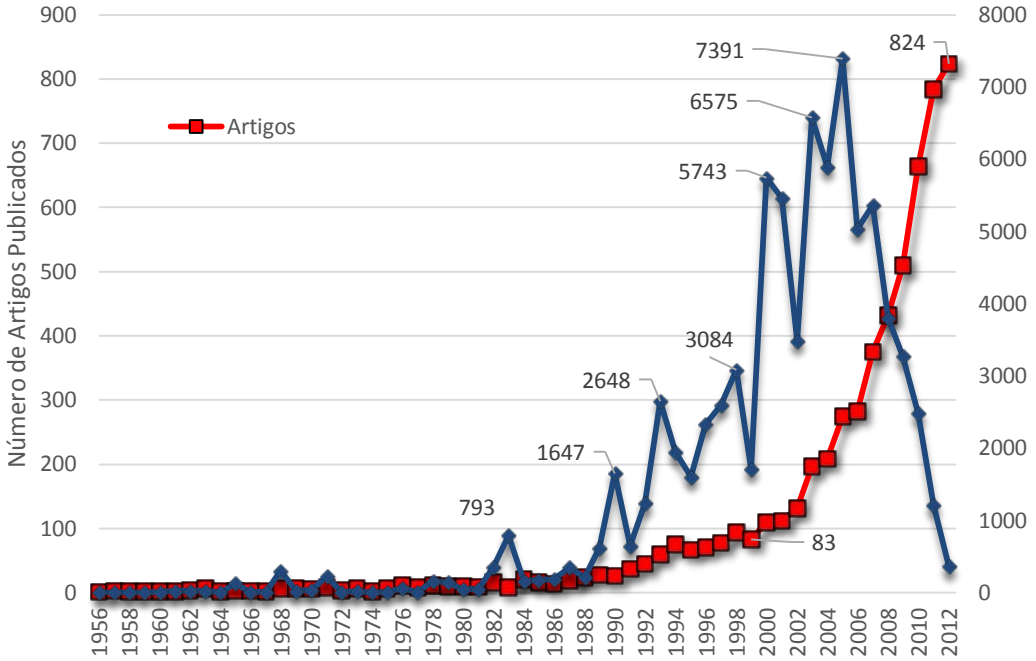
Posteriormente estes arquivos foram adicionados ao banco de dados do software HistCite versão 12.03, desde o primeiro até o décimo segundo arquivo, totalizando 5827 registros sem nenhum tipo de erro durante a importação. As estatísticas básicas relacionadas aos artigos estão na Tabela 1:

Tabela 1: Estatísticas bibliométricas dos artigos selecionados

Anos Analisados: 1956 – 2012		**Referencias Citadas: 163821**
Registros: 5827	Autores: 8152	Journals: 1186
Totais Gerais: LCS 22216	GCS 79772	CR 307054
LCS	GCS	CR

Os registros selecionados apresentam artigos de 1956 a 2012, a produção anual, número de citações e sua evolução pode ser consultada na Figura 3:

Figura 3: Produção sobre empreendedorismo nos principais periódicos internacionais



Fonte: Elaboração própria com dados do ISI (Web of Science)

O crescimento do tema empreendedorismo é expressivo nos principais periódicos pesquisados durante os anos pesquisados, especialmente após o início da década de 90. O crescimento está concentrado nos últimos anos, aproximadamente 52% do total de artigos (3212) têm 5 anos ou menos.

O número de artigos aumentou de 26 em 1990 para 83 em 2000, chegando a 824 artigos publicados somente em 2012. Este aumento representa 3169% de aumento em menos de 20 anos, mostrando que o empreendedorismo pode ser considerado como uma disciplina consolidada na academia de gestão internacional.

O número máximo de citações foi alcançado por artigos nos anos de 2003 e 2005, mostrando um “lag” de apenas sete anos, dos artigos contemporâneos para citar os mais importantes ou clássicos sobre empreendedorismo. É importante apontar que em alguns anos o número de citações é excepcionalmente alto, o que ocorre devido a publicação de artigos e livros que se tornaram seminais no campo do empreendedorismo nestes anos.

Em 1983, por exemplo, o clássico: “The correlates of entrepreneurship in 3 types of firms” de Miller, conta com 550 citações, de um total de 793 citações entre os artigos selecionados para todo o ano. Já em 1990 dois artigos respondem pela grande maioria das citações observadas. De um total de 26 artigos e 1647 citações para 1990, os artigos de BAUMOL (1990), “Entrepreneurship - Productive, Unproductive, and Destructive” e o artigo de STEVENSON e JARILLO (1990) “A Paradigm of Entrepreneurship - Entrepreneurial Management” somam em conjunto 921 citações, ou seja, 55,91 % de todas as citações sobre empreendedorismo de 1990.

Em 1993, foi um outro ano atípico com um total de 2648 citações distribuídos em 60 artigos, no qual apenas 5 artigos somavam 1523 citações em todo o portal *Web of Science*, com destaque para os artigos de DESHPANDE, FARLEY e WEBSTER (“Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in japanese firms - a quadrad analysis”) com 717 citações e “Finance, Entrepreneurship, and growth - theory and evidence” de King e Levine.

Finalmente, o ano de 2000 tem 5743 citações e uma distribuição menos concentrada do que os últimos exemplos citados. No entanto, dois artigos de Shane merecem destaque: O primeiro construído com Venkataraman que vêm se consolidando como um clássico é o artigo: “THE PROMISE OF ENTREPRENEURSHIP AS A FIELD OF RESEARCH”, publicado no periódico *Academy of Management Review* com 1273 citações (SHANE & VENKATARAMAN, 2000). O segundo artigo: “PRIOR KNOWLEDGE AND THE DISCOVERY OF ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES” publicado na Organization Science já conta com 663 citações no *ISI Web of Science*.

Os artigos com maior impacto, ou seja, com maior número de citações foram produzidos nas décadas de 1980 e 1990, embora importantes obras também no início do século passado ainda sejam constantemente citadas, assim como os dois artigos de Shane (2000). Assim, para o período considerado, os dez artigos mais citados, dentro da amostra de artigos pode ser consultado na Tabela 2:

Tabela 2: Dez artigos/livros mais citados sobre Empreendedorismo

Autores	Ano	Título do Artigo	Citações Totais
SHANE, S.	2000	The promise of entrepreneurship as a field of research	515
SCHUMPETER J. A	1934	The theory of economic development	473
BARNEY J,	1991	Firm Resources and Sustained Competitive Advantage	315
LUMPKIN GT, DESS, G.G.	1996	Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance	314
KIRZNER I.M	1973	Competition and Entrepreneurship	274
EVANS, D.S	1989	Some Empirical Aspects of entrepreneurship	246
NELSON R. R	1982	An evolutionary theory of economic change	237
SHANE, S.	2000	Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities	237
EISENHARDT, KM	1989	Building theories from case study research	226
KNIGHT F.H	1921	Risk, Uncertainty, and Profit	223

Fonte: Elaboração própria com dados do ISI (Web of Science)

Os principais artigos citados na Tabela 2, foram publicados em periódicos de prestigio, no entanto nem sempre especializados em Empreendedorismo. A publicação de artigos nestes veículos mostra a importância cada vez maior dada ao tema. A Tabela 3 mostra os principais periódicos, ordenados pela quantidade de citações recebida:

Tabela 3: Estatísticas dos principais periódicos sobre Empreendedorismo

Periódico	Artigos	% Artigos	Citações	% Citações
JOURNAL OF BUSINESS VENTURING	313	5.4	11730	14,70%
SMALL BUSINESS ECONOMICS	271	4.7	3897	4,89%
ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	160	2.7	2539	3,18%
ENTREPRENEURSHIP AND REGIONAL DEVELOPMENT	145	2.5	1385	1,74%
RESEARCH POLICY	102	1.8	2586	3,24%
INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL	99	1.7	630	0,79%
TECHNOVATION	93	1.6	1105	1,39%
JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT	81	1.4	901	1,13%
JOURNAL OF BUSINESS ETHICS	74	1.3	491	0,62%
STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP JOURNAL	70	1.2	731	0,92%
STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL	61	1.0	5292	6,63%
AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT	59	1.0	43	0,05%
INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT JOURNAL	59	1.0	211	0,26%
ORGANIZATION STUDIES	57	1.0	1077	1,35%
INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT	52	0.9	182	0,23%
ORGANIZATION SCIENCE	46	0.8	2064	2,59%
JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES	45	0.8	760	0,95%
INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW	44	0.8	564	0,71%

Fonte: Elaboração Própria com dados da ISI Web of Science

A lista acima mostra os vinte principais periódicos que, em conjunto, respondem por 1916 artigos de um total de 5827 (32,88%), e 38978 citações, ou seja, 48,86% do total de citações recebidas por todos os periódicos, embora representem apenas 1,86 % dos 1186 periódicos selecionados que contém artigos sobre empreendedorismo. Estes números indicam que existe uma grande concentração do tema empreendedorismo nestes periódicos em termos de quantidade de artigos e principalmente em termos de quantidade de citações, sugerindo que em geral os artigos mais relevantes estão publicados nesta lista seleta de periódicos.

Uma concentração semelhante também foi observada nas instituições que têm publicado sobre o tema. Embora 2551 instituições estiveram listadas nos artigos selecionados, as dez instituições com maior número de citações conseguiram 18 % de todas as citações, embora representem 0,003% das instituições. A Tabela 4 contém estas instituições, número de artigos e citações recebidas:

Tabela 4: Produção Acadêmica por Universidade

Universidade	Artigos	% Artigos	Citações	% Citações
Indiana University	106	1,80%	2032	2,50%
Erasmus University	74	1,30%	1203	1,50%
Max Planck Inst Economics	68	1,20%	950	1,20%
Harvard University	66	1,10%	2044	2,60%
University Nottingham	63	1,10%	1256	1,60%
University Illinois	60	1,00%	1270	1,60%
Babson Coll	57	1,00%	1856	2,30%
University Minnesota	57	1,00%	1143	1,40%
University N Carolina	53	0,90%	865	1,10%
George Mason University	51	0,90%	517	0,60%
Stanford University	49	0,80%	1164	1,50%

Fonte: Elaboração Própria com dados da ISI Web of Science

As informações sobre a localização dos pesquisadores responsáveis pelos artigos também foi computada com a mesma base de dados. A tabela abaixo contém o ranking dos 10 países com maior produção sobre o tema:

Tabela 5: Produção Acadêmica por País

País	Número Artigos	Número Citações	% Artigos (mundo)	% Citações (mundo)
EUA	2108	40174	29,6%	43,4%
Reino Unido	839	9314	11,8%	10,1%
Canadá	397	6505	5,6%	7,0%
Alemanha	284	2477	4,0%	2,7%
Holanda	263	1898	3,7%	2,0%
Espanha	252	1317	3,5%	1,4%
Austrália	183	2102	2,6%	2,3%
Suécia	180	2721	2,5%	2,9%
China	126	1169	1,8%	1,3%
Itália	123	909	1,7%	1,0%
TOTAL	**4755**	**68586**	**66,8%**	**74%**

Fonte: Elaboração Própria com dados da ISI Web of Science

Conforme demonstrado na Tabela 5, pode-se perceber uma alta concentração das publicações e principalmente das citações nestes dez países, sendo que os Estados Unidos da América possuem um papel de destaque absoluto, respondendo por 29,6% do total de artigos sobre empreendedorismo e 43,4% de todas as citações. Se adicionarmos o Reino Unido e o Canada para fins de análise, o percentual de artigos somente deste pequeno grupo de três países sobe para 66,4% e o número de citações de todos os países chega a 76,6 %.

Considerando os dez países em conjunto chega-se a 47,0 % de todos os artigos científicos na área e mais de 65% das citações recebidas, restando menos de 35 % para os outros 90 países que têm pelo menos um artigo publicados nos periódicos. O Brasil ocupa a 35ª posição no ranking com apenas 0,4% da produção selecionada. O inglês foi o idioma predominante contando com 96,1% do total de artigos, em segundo lugar está o espanhol com 0,9%, alemão e russo ambos com 0,6%. O português aparece apenas com 0,3 % dos artigos.

Outra importante análise é a verificação das referências bibliográficas utilizadas nos principais trabalhos, que permite de certa forma avaliar como os principais autores foram influenciados ou mesmo utilizaram conceitos prévios de outras importantes obras. Por isso, foi gerado um gráfico de citações, que possui como informações principais, quais foram os principais artigos, e como se configurou a relação entre citação destes trabalhos.

Como parâmetros foram utilizados o contagem de arquivos geral (GCS), com um limite dos 20 principais artigos. O

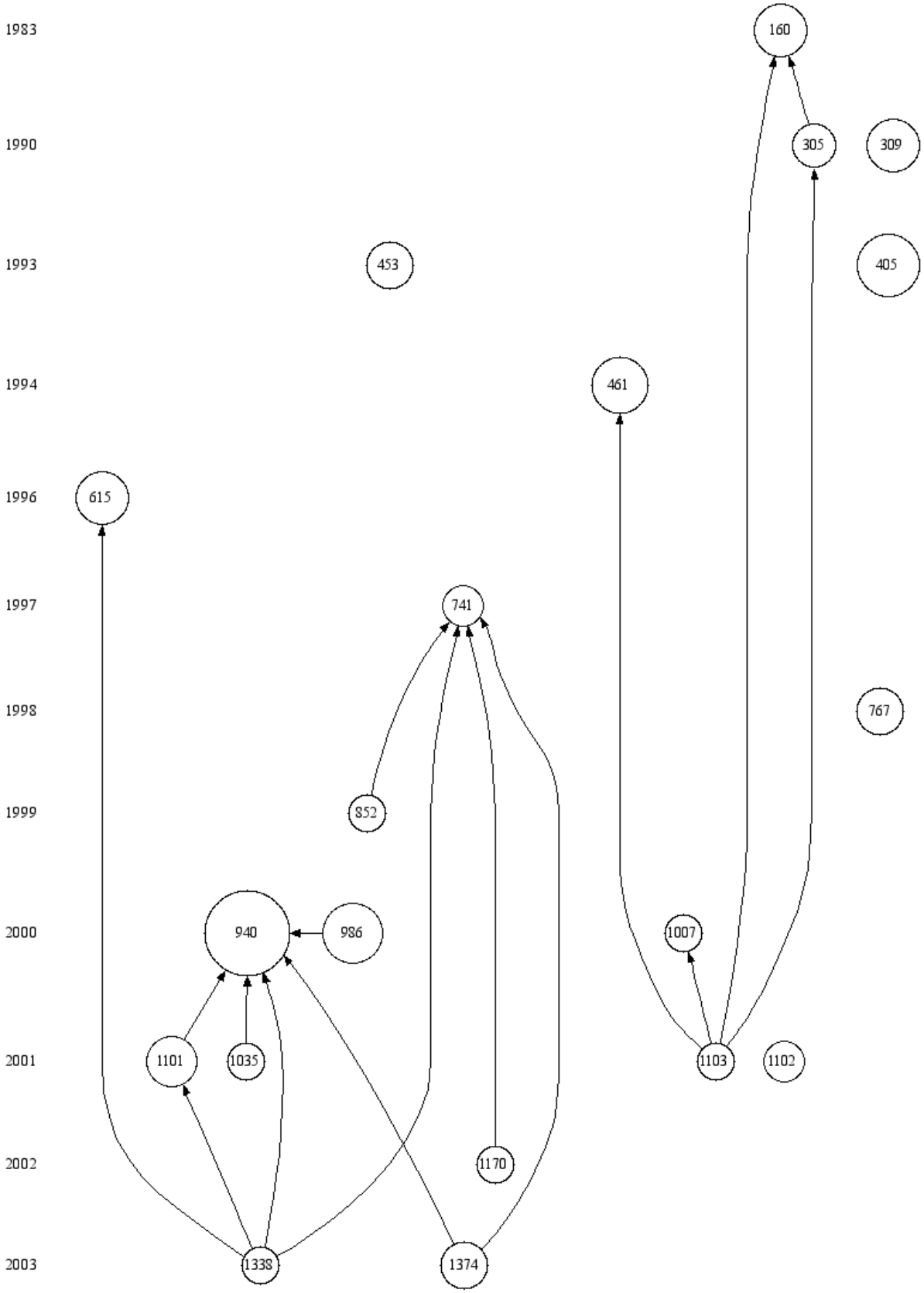
Quadro 3 contém os artigos selecionados e os números em destaque representam o número sequencial do registro, enquanto o tamanho do círculo o número de citações obtidas.

Quadro 3: Principais artigos utilizados na análise de autocitação

1. 160 MILLER D The correlates of entrepreneurship in 3 types of firms	2. 305 STEVENSON HH, JARILLO JC A paradigm of entrepreneurship - entrepreneurial management	3. 309 BAUMOL WJ Entrepreneurship - productive, unproductive, and destructive
4. 405 DESHPANDE R, FARLEY JU, WEBSTER FE Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in japanese firms - a quadrad analysis	5. 453 KING RG, LEVINE R Finance, entrepreneurship, and growth - theory and evidence	6. 461 OVIATT BM, MCDOUGALL PP Toward a theory of international new ventures
7. 615 Eisenhardt KM, Schoonhoven CB Resource-based view of strategic alliance formation: Strategic and social effects in entrepreneurial firms	8. 741 Gimeno J, Folta TB, Cooper AC, Woo CY Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms	9. 767 Blanchflower DG, Oswald AJ What makes an entrepreneur
10. 852 McGrath RG Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure	11. 939 Shane S, Venkataraman S The promise of entrepreneurship as a field of research	12. 986 Shane S Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities
13. 1007 McDougall PP, Oviatt BM International entrepreneurship: The intersection of two research paths	14. 1035 Alvarez SA, Busenitz LW The entrepreneurship of resource-based theory	15. 1101 Amit R, Zott C Value creation in e-business
16. 1102 Ahuja G, Lampert CM Entrepreneurship in the large corporation: A longitudinal study of how established firms create breakthrough inventions	17. 1103 Lu JW, Beamish PW The internationalization and performance of SMEs	18. 1170 Shane S, Stuart T Organizational endowments and the performance of university start-ups
19. 1338 Hoang H, Antoncic B Network-based research in entrepreneurship - A critical review	20. 1374 Davidsson P, Honig B The role of social and human capital among nascent entrepreneurs	

Os números sublinhados no Quadro 3, permitem acompanhar o desenvolvimento e inter-relações de citações entre os principais trabalhos selecionados, que está disponível na Figura 4:

Figura 4: Gráfico bibliométrico de Citações sobre Empreendedorismo



Fonte: Construído no software Histcite em uma amostra de 5827 artigos sobre Empreendedorismo

O gráfico mostra alguns artigos que podem ser considerados chave dentro dos registros selecionados, formando dois grupos distintos, o primeiro grupo tem como principais artigos: “The promise of entrepreneurship as a field of research” (940) de Shane (2000) e o artigo “Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms” de Gimeno, Folta, Cooper e Woo (741). O outro grupo segue a linha do artigo de Miller (1983) (160) “The correlates of entrepreneurship in 3 types of firms” e embora tenha seja bastante citado, os artigos mais recentes parecem estar citando mais o artigo de Shane (2000) (940), que é atualmente o artigo mais citado nesta área de empreendedorismo.

4.2 Empreendedorismo

A área do empreendedorismo tem promovido uma grande quantidade de programas de pesquisa em todo o mundo, sendo considerado um campo científico autônomo, e um campo de pesquisa pujante não só na América do Norte, mas também na Europa, Ásia e América do Sul (THOMAS e MUELLER, 2000).

A literatura recente sobre o empreendedorismo, entre várias definições, apresenta o empreendedorismo como a opção de indivíduo de trabalhar por conta própria, isto é, procurar o próprio emprego ao invés de trabalhar para outros em troca de um salário mensal (LUMPKIN & DESS, 1996). Segundo Kundu e Rani (2008) o empreendedorismo tem sido definido como: a criatividade de inovadores, a atividade de um indivíduo que inicia um negócio onde antes não existia, e a busca e exploração de uma oportunidade.

Churchill e Muzyka (1996) afirmam que os empreendedores desempenham a função social de identificar oportunidades e convertê-las em valores econômicos. O empreendedorismo pode ser entendido como o processo de se fazer algo novo e diferente com o propósito de criar riqueza para o indivíduo e adicionar valor para a sociedade (KAO, 1995).

Segundo Martinelli (2001) a origem do termo empreendedorismo não é recente, e tem origem no campo da guerra ao invés do econômico, como ocorre atualmente. As primeiras referências apareceram na França do século XVI, onde o termo "*entre-preneur*" era utilizado para designar o indivíduo que contratava soldados mercenários para servir príncipes, reinos ou cidades em troca de um pagamento financeiro. Somente, mais tarde no século XVIII que o termo passou a ser usado para identificar indivíduos que realizavam contratos para obras públicas, introduziam novas técnicas agrícolas ou arriscavam seu próprio capital em uma indústria.

As primeiras utilizações teóricas do empreendedorismo apareceram na segunda parte do século XVIII através de Cantillon e Turgot, que enfatizavam a aspiração em aceitar riscos e incertezas inerentes à atividade econômica, como uma característica distintiva dos empreendedores, sendo posteriormente desenvolvida por Knight no século XX (MARTINELLI,2001).

O estudo do empreendedorismo tem objetiva entender os motivos que levam alguém a iniciar seu próprio negócio. O empreendedor é um agente fundamental para a viabilização de um negócio, e um dos motivadores do desenvolvimento econômico (KNIGHT,1997;

AUDRETSCH, 2009), sendo que muitos estudos vêm sendo realizados objetivando conhecê-lo melhor, determinar seu perfil, suas motivações e as razões de seu sucesso.

Esta área do conhecimento, conhecida nos meios acadêmicos pelo termo de origem anglo-saxônico "*Entrepreneurship*", abrange hoje em dia um leque de teorias e abordagens e tem sido estudada de muitas formas e com propósitos muito diferentes. Thomas e Mueller (2000) apontam que o campo de estudo passou por uma verdadeira metamorfose, à medida que disciplinas como sociologia, antropologia e estratégia aplicaram seus conceitos para estudar os antecedentes e consequentes do empreendedorismo.

Apesar da popularidade, não existe uma teoria universalmente aceita que defina com exatidão o seu campo de atuação do empreendedorismo, pois existe um conjunto de abordagens que se baseiam em diferentes áreas do conhecimento (VIRTANEN, 1997). Martin & Picazo (p.194,2009) apontam que a principal dificuldade na análise do empreendedorismo é sua delimitação, indicando que não existe uma definição geral do conceito. As teorias e os métodos usados variam muito, dependendo da área de investigação e do nível de análise em que um estudo é conduzido (DAVIDSSON & WIKLUND, 2000).

Carland e colaboradores (1984) indicam que o empreendedorismo é um fenômeno complexo que é explicado por quatro elementos: traços de personalidade, necessidade de realização e criatividade, propensão à inovação, propensão ao risco, postura estratégica.

Chell *et al.* (1991) indicaram que alguns comportamentos e características podem definir empreendedores, sendo que geralmente, são os indivíduos que tem desejo e tendência para criar novos negócios, que examinam o ambiente de negócios continuamente buscando oportunidades, que desenvolvem soluções inovadoras para problemas, que obtém e organizam recursos e os convertem em bens e serviços negociáveis e rentáveis, sendo também orientados para o lucro e o crescimento, aceitando os riscos associados aos seus comportamentos (TURNAN et al, 2009).

Wennekers e Thurik (1999) definem o empreendedorismo como uma capacidade e a vontade de indivíduos de criar novas oportunidades de negócio, sendo na forma de novos produtos, novas formas organizacionais, novos métodos de produção, entre outros e introduzir estas ideias nos mercados, enfrentando incertezas e outros obstáculos, decidindo sobre a localização e utilização de recursos.

Singh et al (2009) apontam que o empreendedorismo é uma atividade não estruturada que requer uma grande variedade de habilidades, onde os recursos financeiros são apenas um elemento para o sucesso da atividade empreendedora, pois o gosto pelo negócio, a motivação, o conhecimento das necessidades do mercado e habilidades multidimensionais como estratégia, contabilidade, conhecimentos legais e técnicos, entre muitos outros são a fonte de outros fatores importantes.

O empreendedorismo é conduzido pelo empreendedor, que Jean Baptiste Say definiu como um indivíduo que combina os fatores de produção visando o lucro, colocando a si mesmo ao centro de várias relações entre capitalistas, trabalhadores, técnicos, comerciantes e consumidores (MARTINELLI, 2001). Para Schumpeter (1943) o empreendedor tinha como missão "reformar ou revolucionar o padrão de produto pela exploração de um evento, ou mais geralmente, de uma possibilidade tecnológica não testada, para produzir um novo bem ou produzir um velho bem de uma nova forma" (SCHUMPETER, 1943).

Hirsch (1990) definiu o empreendedor como alguém que inicia as coisas, com pensamento positivo, e têm a capacidade de organizar recursos econômicos e transformar recursos e situações, aceitando riscos. O desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor é muitas vezes considerado fundamental ao desenvolvimento econômico. Segundo Cohen (2000), o espírito empreendedor estaria intimamente ligado à inovação, ao crescimento, à exploração de uma oportunidade que só foi vista por ele.

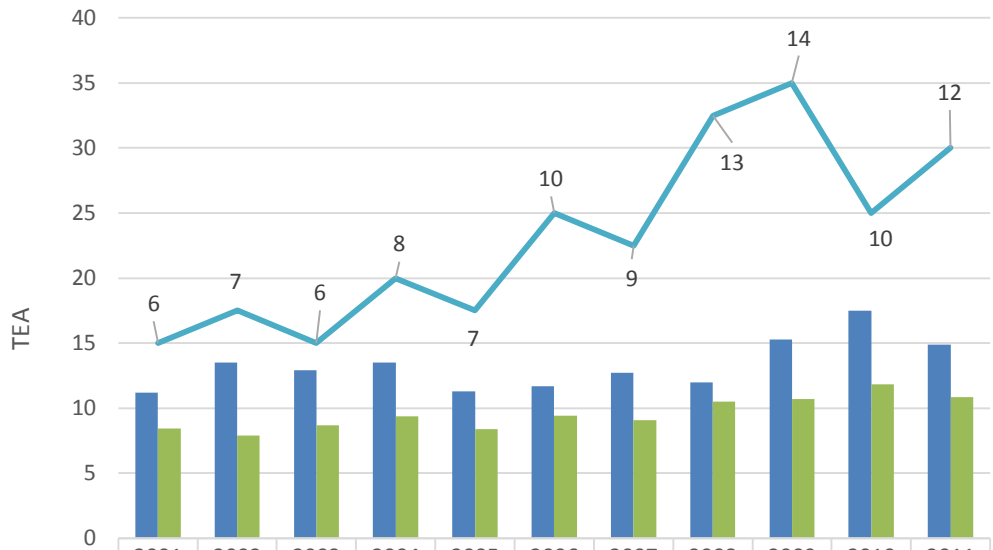
Uma das pesquisas mais conhecidas sobre o empreendedorismo é realizada pelo GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* busca justamente identificar o perfil do empreendedorismo no Brasil e no mundo. Anualmente, como parte da Adult Population Survey (APS), o GEM conduz centenas de milhares de indivíduos em todo o mundo, e são gerados uma série de indicadores, que fornecem informações importantes sobre o empreendedorismo a nível mundial e nacional (GEM, 2012).

Nesta pesquisa, os empreendedores identificados são classificados conforme seu estágio de desenvolvimento do negócio, sua motivação para empreender e suas características demográficas. Os indicadores são divididos em atividades, aspirações e atitudes. Em 2008, foram entrevistadas 2.000 pessoas no Brasil e 124.721 pessoas no mundo (GEM, 2009).

Em 2011 o Brasil ocupou a 12ª posição no ranking mundial de empreendedorismo, de acordo com o indicador mais utilizado, conhecido como TEA - *Total Early-stage Entrepreneurial Activity*, ou Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial.

Em 2011 o Brasil apresentou uma TEA de 14,9. Este valor indica que de cada 100 brasileiros entre 18 a 64 anos, quase 15 eram empreendedores nascentes, ou donos-gestores de empreendimentos com até 42 meses. A Figura 5 mostra a evolução do Brasil neste ranking, juntamente com a TEA para os anos de 2001 a 2011:

Figura 5: TEA Brasileira comparada com TEA mundial



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TEA Brasil	11,2	13,5	12,9	13,5	11,3	11,7	12,7	12	15,3	17,5	14,9
TEA Média Mundial	8,43	7,91	8,69	9,38	8,39	9,40	9,07	10,49	10,70	11,86	10,86
Ranking	6	7	6	8	7	10	9	13	14	10	12

Fonte: GEM Entrepreneurship Data Monitor 2012

A GEM também classifica os empreendedores como iniciais ou estabelecidos. Os empreendedores iniciais estão à frente de negócios com até 42 meses de vida (três anos e meio). Esses empreendedores subdividem-se em dois tipos: nascentes, à frente de negócios em implantação e novos empreendedores, em que as empresas já estão em funcionamento e tiveram receitas por pelo menos três meses. Os empreendedores estabelecidos, por sua vez, são aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses.

A diferença da TEA entre o primeiro e o último país do ranking da pesquisa GEM em todos os anos da pesquisa é grande, o que demonstra uma grande heterogeneidade das taxas de empreendedorismo. Mesmo considerando-se a diversidade de fatores e condições econômicas,

os resultados indicam que outros fatores, tais como os culturais, podem estar associados a diferenças no nível de atividade empreendedora.

4.2.1 A Importância do Empreendedorismo na Atualidade

A ideia de que o crescimento das pequenas empresas contribui significativamente para a prosperidade econômica das economias de mercado é universalmente aceita (DAVIDSSON, 1989; MARTIN & PICAZO, 2009). Existe também um consenso de que o apoio à inovação e o empreendedorismo é benéfico para a sociedade (COVIN & SLEVIN, 1991).

No entanto, Audretsch (2009) indica que a situação já foi muito diferente nos anos pós Segunda Guerra Mundial, especificamente nos Estados Unidos da América. Embora houvesse um grande crescimento econômico neste período, o "milagre" pós guerra foi quase que exclusivamente creditado às grandes corporações que se beneficiavam de grandes economias de escala a níveis de eficiência e produtividade até então únicos na história.

Um dos maiores ícones do empreendedorismo, criador do universalmente famoso conceito de destruição criativa, Joseph Schumpeter (1943, p.134), partilhava da mesma opinião ao afirmar que "A unidade industrial perfeitamente burocrática e gigantesca não somente elimina as pequenas ou médias empresas e expropria seus donos, mas no fim também os empreendedores e retira da burguesia a sua renda, e o que é muito mais importante, a sua função" (tradução própria).

Audretsch (2009) também aponta que outro importante acadêmico concordava com essa visão sobre as pequenas empresas, John Kenneth Galbraith (1967), que afirmou que além do acesso ao capital, as principais qualificações como imaginação, capacidade para decisão e coragem para arriscar seu próprio dinheiro não eram especialmente importantes ou efetivas para competir, pois o poder migrou dos empreendedores para as grandes organizações, com a sua competência organizada e escalas de produção, sendo onde estaria o verdadeiro poder.

Estes autores tinham razões para seguir esta lógica. Audretsch (2009) indica que as grandes indústrias serviam como motor do sucesso da economia americana no pós-guerra: indústria automobilística, de aço, pneus, produtos químicos, alumínio, e posteriormente computadores. Todas estas eram caracterizados por uma estrutura de mercado baseada em oligopólios, com

taxas cada vez maiores de concentração, e segundo a literatura então disponível, essa tendência iria cada vez se consolidar. Por exemplo, as 100 maiores empresas Americanas de manufatura possuíam 36% dos ativos para produção no início do século XXI, já no fim dos anos 60 este número passava de 50%.

Neste contexto, pequenas empresas e empreendedores recebiam pouca atenção governamental e também acadêmica, pois as pesquisas consistentemente descobriam ou indicavam que as pequenas empresas eram menos eficientes, pagavam menores salários e tinham participação mínima no processo de inovação (AUDRETSCH, 2009). O consenso era de que as pequenas empresas e empreendedorismo possuíam um tamanho ineficiente que estava fortemente associado a baixos índices de produtividade, chegando mesmo a limitar a eficiência e o crescimento da economia como um todo.

Assim, as políticas públicas refletiam a visão dos economistas e acadêmicos de que as pequenas empresas estavam se tornando cada vez menos importantes e não tinham grandes expectativas de continuar sobrevivendo no longo prazo. Alguns países como União Soviética, Suécia e França permitiam que pequenas empresas gradualmente desaparecessem deliberadamente, como forma de política pública, para aumentar a eficiência da economia (AUDRETSCH, 2009).

No entanto, com o processo conhecido como globalização, ocorrido em meados da década de 80, o aumento da competitividade de mercado e a utilização de novas tecnologias pelos meios de produção levaram as grandes empresas a adotarem métodos empresariais de reengenharia, a fim de que pudessem se adaptar e sobreviver. Estas mudanças ocasionaram uma acentuada redução das ofertas de trabalho e estimularam a busca do auto emprego. Além disso, a maior preocupação dos indivíduos com o mercado, os serviços, habilidades e produtos demandados, estimula a criação de negócios ou empresas para fornecer estes recursos as organizações.

Consequentemente, houve o crescimento de pequenas e micro empresas como uma alternativa para os excluídos do mercado. Assim o empreendedorismo passou a ter uma importância estratégica no contexto da economia de mercado. Esta série de mudanças radicais forçou os líderes políticos a deixarem de esperar que as grandes empresas, baseadas em seu poder de escala e escopo criassem novos empregos, contando com o empreendedorismo para ser a nova força motriz do crescimento, inovação e desenvolvimento econômico (AUDRETSCH, 2009).

Por isso, atualmente, os governos frequentemente dedicam uma grande parte do tempo e investem recursos substanciais para encorajar, apoiar e estimular os empresários que pretendem começar e desenvolver novas empresas (WONGLIMPIYARAT, 2009). Atualmente, o crescimento econômico é um dos principais objetivos dos governos em todo o mundo, sendo frequentemente o principal indicador de sucesso das políticas adotadas. O maior crescimento econômico traz em geral, um maior número de produtos e serviços, aumenta a taxa de emprego e permite a paz social, introduzindo um círculo virtuoso que aumenta ainda mais o crescimento econômico futuro (MARTIN & PICAZO, 2009).

A criação de novas empresas é vista como uma fonte de oportunidades de emprego que possui grande impacto sobre o desenvolvimento econômico ou regeneração da economia (THOMAS & MUELLER, 2000). Por exemplo, Berkowitz e Dejogn (2005) indicam que a atividade empreendedora foi a maior fonte de crescimento nos países pós-socialistas, pois os empreendedores rapidamente conseguiram preencher nichos que eram simplesmente ignorados durante o regime socialista. Johnson e Loveman (1995) também apresentam evidências que o empreendedorismo promoveu mudanças econômicas importantes em economias da Ásia Central e no Oriente Médio, mesmo com grandes desafios e limitações presentes nestes mercados.

No entanto, embora as pequenas empresas, de uma forma conjunta, seja uma parte vital da economia, quando analisadas individualmente continuam sendo bem mais frágeis. Um número elevado de pequenas empresas é extinta durante os primeiros anos de atividade, ou limitam o seu desenvolvimento na tentativa de sobrevivência. O número de pequenas empresas, que conseguem retornos econômicos elevados e crescem substancialmente é limitado (DAVIDSSON, 1989).

De acordo com Thomas e Muller (2000) nas nações desenvolvidas, o aumento de atividade empreendera é visto como um meio para revitalizar indústrias estagnadas, como promotor de novos empregos como forma de compensar o desemprego causado por restruturações e downsizings e ainda permitem aumentar a flexibilidade econômica e o crescimento econômico.

O mesmo ocorre para nações menos desenvolvidas, onde as novas empresas geralmente substituem empresas estatais, além de normalmente serem mais intensivas em mão de obra, o que algumas vezes auxilia no processo de inclusão de setores marginalizados da população,

diminuindo o desemprego. Por isso, inúmeros países da Ásia, América Latina e Europa Oriental criaram programas para incentivar o empreendedorismo nos últimos anos (WELTER, 2011).

No Brasil, as ações governamentais que buscavam a valorização e apoio às pequenas empresas se fortaleceram a partir dos anos 80. O marco inicial deste movimento de valorização das pequenas empresas pode ser atribuído à inclusão dos artigos 170 e 179 na Constituição de 1988, que indicam que a União, Estados, Distrito Federal e Municípios deve ter um tratamento jurídico diferenciado e também favorecer às microempresas e empresas de pequeno porte, visando a incentivá-las pela simplificação, eliminação ou mesmo redução de suas obrigações (SEBRAE, 2012).

Estes artigos foram regulamentados nos anos 90 por dois esforços regulatórios: a Lei do SIMPLES FEDERAL (Lei 9.317/1996) e o ESTATUTO DA MICROEMPRESA E DA EMPRESA DE PEQUENO PORTE (Lei 9.841/1999).

O Simples Federal foi um sistema "simplificado" para o recolhimento de tributos e contribuições federais que, mediante convênio tinha como objetivo englobar os tributos estaduais e municipais. Já o Estatuto Federal das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte criou benefícios nos campos administrativos, trabalhista, de crédito e de desenvolvimento empresarial.

No entanto, as manifestações e interesse pelo empreendedorismo não têm partido apenas da esfera governamental, mas também através de um grande número de programas de treinamento de empresários além de cursos destinados a desenvolver habilidades que favorecem o empreendedorismo, oferecidos por universidades e faculdades.

Hasenmark (1998) indica que a educação relacionada ao empreendedorismo cresceu de forma expressiva entre a década de 1970 e 1990 nos Estados Unidos e também em outros países. A maior parte destes programas seriam treinamentos em habilidades práticas, ou ferramentas para o empreendedor, como o desenvolvimento de planos de negócios. Outros programas teriam como objetivo a mudança de atributos psicológicos, entre eles, a necessidade de realização.

Dolabela (1999) também indica que as características empreendedoras podem ser adquiridas e desenvolvidas, sendo então possível formar empreendedores, através de um processo específico de aprendizagem. Pesquisas têm mostrado que programas desenvolvidos desde as primeiras séries do ensino fundamental são boas alternativas para difundir a cultura empreendedora,

preparando os cidadão para enfrentar um mercado de trabalho que cada vez oferece uma menor quantidade de empregos e que necessita portanto de iniciativas empreendedoras (LUNDSTRÖM & STEVERSON, 2002).

Dolabela (2001) conta que a primeira iniciativa de ensino do empreendedorismo no Brasil surgiu em 1981 no curso de Especialização em Administração da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas, em São Paulo. Após três anos, seu conteúdo foi estendido para a graduação, por meio da disciplina Criação de Negócios – Formação de Empreendedores. Ainda em 1984, disciplinas semelhantes foram criadas na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP) e no Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Nesse sentido, as ações iniciais sobre a importância da educação empreendedora no país aconteceram no ensino de nível superior, nas escolas de administração (GEM, 2009).

Outras iniciativas para fomentar o empreendedorismo propõem-se a simplificar procedimentos para a criação de empresas e facilitar a formalização de empreendedores já estabelecidos, que com a legalização teriam acesso ao crédito, condições de fornecer a novos mercados, expansão e possibilidade de receber apoio gerencial e *expertise* na gestão de pequenos negócios.

No Brasil, entre as várias iniciativas realizadas para desenvolver e fomentar pequenas e médias empresas, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) sem dúvida teve e continua tendo um papel importante. O SEBRAE é uma entidade privada sem fins lucrativos fundada em 1972, que tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas (SEBRAE,2012).

A origem desta Instituição está associada à criação do o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa (FIPEME) e o Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (FUNTEC) pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) em 1964 (antes de ter o nome alterado para BNDES). Estes fundos formavam o Departamento de Operações Especiais do BNDE, que construiu um sistema de apoio gerencial às micro e pequenas empresas (SEBRAE,2012).

Através de uma pesquisa, identificou-se que os altos índices de inadimplência nos contratos de financiamento celebrados com o banco estavam diretamente relacionados a problemas de gestão destas empresas. Para mitigar este problema, em 1967 a Superintendência de

Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) criou os Núcleos de Assistência Industrial (NAI) com a missão de prestar consultoria gerencial às empresas de pequeno porte (SEBRAE, 2012).

Desta forma, em 17 de julho de 1972, o BNDE juntamente com o Ministério do Planejamento, criaram o Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (CEBRAE). Somente dois anos após o início das atividades, o CEBRAE contava com 230 colaboradores e já estava presente em 19 estados, e em 1979 já havia formado 1.200 consultores especializados em micro, pequenas e médias empresas (SEBRAE,2012). Em de 9 de outubro de 1990, o CEBRAE foi transformado em SEBRAE pelo decreto nº 99.570, que complementa a Lei nº 8029, de 12 de abril, deixando de estar vinculado à Administração Pública e transformando-se em uma instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública, mantida por repasses das maiores empresas do país (SEBRAE,2012).

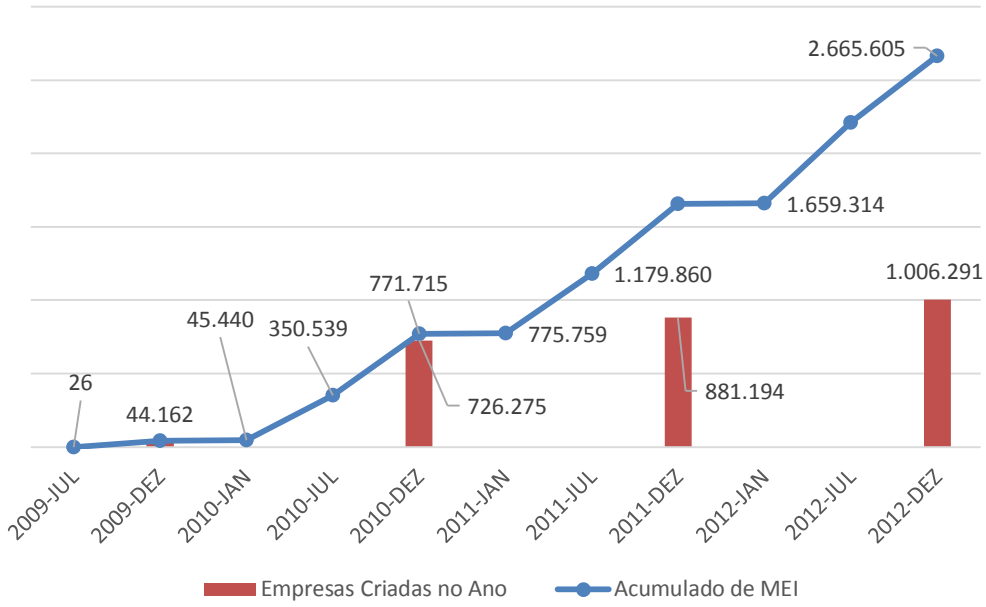
Atualmente, o SEBRAE promove programas de capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados, utilizando-se de parcerias com os setores público e privado. Tem como objetivo também a redução da carga tributária e da burocracia, para que seja mais fácil a abertura de mercados e um maior acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação para as micro e pequenas empresas (SEBRAE,2012).

Em relação a simplificação dos procedimentos, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007 e a Lei do Microempreendedor Individual de 2008 estão entre as mais importantes iniciativas para simplificar os procedimentos para a criação e manutenção de empresas. Em dezembro de 2006, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou a Lei Complementar 123/2006. A Lei Geral da Micro e Pequena Empresa criou o Sistema Tributário Simplificado Nacional, o "Simples Nacional", que foi complementada pela lei complementar 128/2008, que criou a figura do "Microempreendedor Individual", com vistas à formalização dos micro negócios.

O Microempreendedor Individual (MEI) é o cidadão que trabalha por conta própria e que passa a se legalizar como pequeno empresário, com um limite máximo de faturamento de até R$ 60.000,00 por ano (valores relativos ao ano calendário 2012), podendo também contratar até um empregado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria (PORTAL DO EMPREENDEDOR,2012). Ao se formalizar, o empreendedor recebe um Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que permite a abertura de conta bancária, solicitação de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

Além disso, o MEI é enquadrado no Simples Nacional e é isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL), somente pagando um valor fixo mensal de R$ 34,90 (comércio ou indústria), R$ 38,90 (prestação de serviços) ou R$ 39,90 (comércio e serviços), que é destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS, contando ainda com benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, acesso a microcrédito, entre outros (PORTAL DO EMPREENDEDOR,2012).

Figura 6: Total geral de microempreendedores individuais Brasil 2009 a 2012



Fonte: Receita Federal – Portal do Empreendedor – 2013

Assim, podemos verificar que no período de 2010 a 2012 foram criadas mais de 2,6 milhões de microempresas, gerando empregos formais e também permitindo que estes cidadãos que antes viviam na informalidade e sem direitos trabalhistas tivessem acesso aos benefícios de seguridade social e previdenciária.

No Brasil as pequenas empresas desempenham um papel importante. Segundo dados do Ministério do Trabalho em 2010, 98,29% das empresas brasileiras são pequenas ou médias, ou seja, com menos de 500 empregados e empregavam no ano de 2010, 59 % da força de trabalho. Os dados para o ano de 2010 estão representados na Tabela 6:

Tabela 6: Número de empregados, empresas e folha de pagamento - 2010 Brasil

NÚMERO DE EMPREGADOS	NÚMERO DE EMPRESAS	QUANTIDADE DE PESSOAS EMPREGADAS	FOLHA DE SALÁRIO (1000 reais)
0-4	3 899.524	6.321.998	23 569 792
5-9	655.132	4.238.122	33 504 114
10-19	329.089	4.335.643	42 216 539
<20	4.883.745	14.895.763	99290445
20-99	200.684	7.619.797	104 132 629
100-499	34.317	7.124.586	134 886 734
<500	5.118.746	29.640.146	338309808
500+	9.822	20.093.238	570.514.188
Total	**5 128 568**	**49 733 384**	**908 823 997**

Fonte: IBGE - Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2010.

A situação é a mesma em outros países desenvolvidos, Cohen (2000) indica que as micro e pequenas empresas surgidas nos EUA, a partir de 1980, foram responsáveis pela criação de cerca de 34 milhões de empregos, quando as 500 maiores empresas da lista da revista Fortune fechavam no mesmo período, 5 milhões de vagas. Dados mais recentes do *Small Business Administration* (SBA) relativos ao ano de 2010 indicam que a tendência se mantêm , mais de 99,95 % das empresas tem menos que 500 empregados e geram 50 % dos empregos, e pagam 57,4% dos salários, conforme podemos verificar na Tabela 7:

Tabela 7: Número de empregados, empresas e folha de pagamento - Estados Unidos

NÚMERO DE EMPREGADOS	NÚMERO DE EMPRESAS	QUANTIDADE DE PESSOAS EMPREGADAS	FOLHA DE SALÁRIO (1000 dólares)
0-4	3.575.240	5.926.452	226.541.056
5-9	968.075	6.358.931	212.039.611
10-19	617.089	8.288.385	283.246.473
<20	5.160.404	20.573.768	721.827.140
20-99	475.125	18.554.372	719.061.251
100-499	81.773	15.868.540	665.644.629
<500	5.717.302	54.996.680	2.106.533.020
500+	17.236	56.973.415	2.834.450.349
Total	5.734.538	111.970.095	4.940.983.369

Fonte: Statistics of U.S. Businesses, 2010.

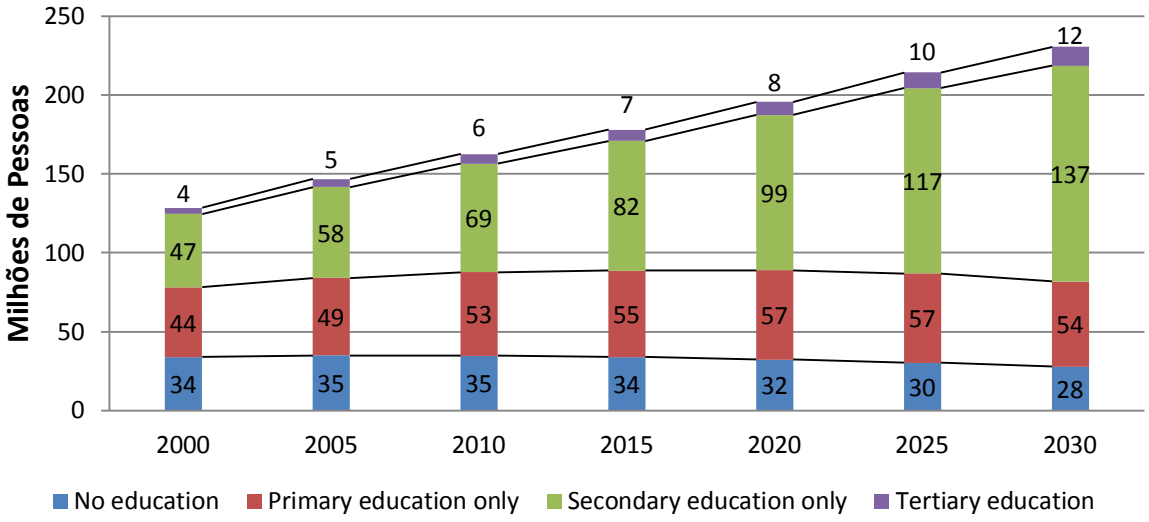
A proporção de empregos proporcionados por empresas com menos de 500 funcionários chega a 95%, em setores como pesca, empresas de calçados, mercados de frutas e verduras, serviços de design gráfico, indústria de recreação, venda de automóveis, empresas de arquitetura, manutenção e reparo de automóveis, organizações civis e sociais, entre vários outros.

O interesse recente pelo empreendedorismo como uma importante fonte de empregos tem sido uma preocupação governamental em todo o mundo, principalmente em relação ao emprego dos jovens, que têm se qualificado cada vez mais, sem no entanto contarem com oportunidades suficientes de emprego após formados. A Organização Internacional do Trabalho (OIT), em um recente estudo denominado "Tendências Mundiais de Emprego" (OIT, 2012), indica que a proporção de jovens desempregados no mundo inteiro aumentou para 12,6% em 2012, e deve crescer ainda mais pelos próximos anos, podendo chegar a 12,9% em 2017, gerando o que se chama de uma "geração perdida", que estaria fora do mercado de trabalho e sem expectativas.

A situação em países emergentes e Africanos parece ser ainda mais complicada, embora o recente crescimento Africano tenha sido impulsionado pela grande demanda e investimento Chinês, os países com reservas significativas de petróleo ou minério parecem ter sido os grandes beneficiados. O continente Africano possui a população mais jovem do mundo, com um total estimado de 200 milhões de jovens entre 19 e 24 anos, que segundo projeções deve dobrar até 2045, inflando a força de trabalho para mais de 1 bilhão de pessoas em 2040, ultrapassando Índia e China.

Devido aos vários esforços realizados nas últimas décadas, esta população jovem passou a ter acesso à educação formal, com uma estimativa de mais de 137 milhões de jovens com ensino secundário e mais de 13 milhões com nível superior até 2030, conforme Figura 7:

Figura 7: Crescimento e estimativas de pessoas por nível educacional na África



Fonte: World Bank EdStats 2012

Embora, este crescimento seja importante e benéfico, representa também, em contrapartida, uma necessidade urgente de criação de condições de emprego, vida e desenvolvimento para

estes jovens, com o risco de aumentar a instabilidade e dificultar o desenvolvimento sustentável destes países caso estes jovens não consigam se colocar no mercado de trabalho. Embora muitos empregos tenham sido criados nos últimos anos, ainda não são o bastante para satisfazer a demanda dos jovens nestes países (AfDb,2012).

A OIT estima que entre 2000 e 2008 o continente Africano criou um total de 73 milhões de empregos, no entanto somente 16 milhões (21%), foram para jovens entre 15 e 24 anos, segundo o mesmo estudo o problema tende a ser mais grave entre os países de renda média, como o caso de Cabo Verde, que em 2011 apresentou taxa de desemprego geral de 12,2 %, enquanto a taxa para jovens de 15 a 24 anos chegou a 27,1% (INE, 2012). Este problema parece ser uma tendência presente em todo o mundo. As economias desenvolvidas apresentaram no mesmo período um desemprego de jovens de 17,9%, o Oriente Médio 28,1%, o Norte da África 23,8% e a Europa Central 17,1%, segundo dados da OIT (AfDb, 2012).

Segundo o AfDb (2012) deve-se maximizar o impacto de um setor privado mais forte no crescimento econômico, e no emprego dos jovens, através da criação de políticas públicas que compreendam as dificuldades dos jovens em buscar e manter empregos compatíveis com sua formação. Segundo o mesmo relatório, um dos maiores problemas deve-se ao fato de que o estudo superior nestes países é focado para o trabalho no setor público, que já não tem condições de criar empregos para estes jovens.

Desta forma, as transformações empresariais, tecnológicas, demográficas e sociais que ocorreram no final do século 20 e na primeira década do século 21 têm feito com que as pequenas e micro empresas ocupem cada vez mais as lacunas deixadas pelas grandes empresas, consolidando-se como importantes fontes de desenvolvimento e emprego em todo o mundo, levando ao incentivo ao empreendedorismo a níveis inéditos.

4.2.2 Empreendedorismo: Perspectiva Psicológica

Thomas e Muller (2000) afirmam que o termo empreendedor é composto de um conjunto de traços psicológicos, atributos, atitudes e valores de um indivíduo para iniciar um novo negócio, e mesmo com a dificuldade de utilizar traços psicológicos para caracterizar os empreendedores, inúmeros estudos nesta área têm buscando encontrar estas características.

As abordagens psicológicas para o estudo do empreendedorismo contaram com uma revitalização nos últimos anos devido ao reconhecimento da importância dos empreendedores para as economias e também pelo fato do conceito de empreendedorismo ser limítrofe a várias áreas da Psicologia, como a Psicologia do Trabalho, a Psicologia Organizacional e Psicologia Mercadológica, utilizando conceitos úteis para o entendimento do empreendedorismo, assim muitas questões organizacionais podem auxiliar a compreensão do empreendedor (FRESE & RAUCH, 2001).

A perspectiva psicológica aplicada ao estudo do empreendedorismo procura identificar traços e características psicológicas que influenciam na decisão do indivíduo de se tornar um empreendedor e também na possibilidade de sucesso desta iniciativa. Filion (1999) indica que houve um grande interesse no empreendedorismo após os trabalhos de McClelland (1961/1965), que gerou estudos que sugeriram uma série de características ou traços mais frequentemente atribuídos ao empreendedor, conforme Quadro 4:

Quadro 4: Características mais comumente atribuídas aos empreendedores

Características dos Empreendedores		
Inovação	Otimismo	Tolerância a ambiguidade e incerteza
Liderança	Orientação para resultados	Iniciativa
Riscos Moderados	Flexibilidade	Capacidade de Aprendizado
Independência	Habilidade para conduzir situações	Habilidade na utilização de recursos
Criatividade	Necessidade de realização	Sensibilidade a outros
Energia	Autoconsciência	Agressividade
Tenacidade	Autoconfiança	Tendência a confiar nas pessoas
Originalidade	Envolvimento a Longo Prazo	Dinheiro como medida de desempenho

Fonte: Filion (1999)

Thomas e Muller (2000) ao realizar uma pesquisa para testar a aplicabilidade do perfil empreendedor, selecionaram quatro traços para definir o perfil empreendedor: inovação, aceitação ao risco, lócus de controle e nível de energia, justificando que estes traços capturam as várias facetas do empreendedor, associadas comumente as características pessoais necessárias para superar os desafios da criação de novos negócios, conforme encontradas na literatura na área de Economia, Psicologia, Sociologia e também na pesquisa aplicada do Empreendedorismo. Dentre as características psicológicas que têm recebido maior atenção na pesquisa sobre o empreendedor destacam-se os necessidade de realização, lócus de controle e tomada de risco (FRESE & RAUCH, 2001).

Cantillion, *circa* século XVII, argumentou que o fator principal que permitia diferenciar entre os empresários independentes e os empregados contratados era a tolerância à incerteza e as ameaças potenciais do próprio-emprego, em contrapartida à segurança de receber um salário fixo (LUMPKIN & DESS, 1996). Cunningham & Lischeron (1991) apontam que diversos autores argumentam que a maior propensão ao risco é o elemento chave de distinção entre empreendedores e administradores.

Elke U Weber (2001) indica que existe uma crença estabelecida que a propensão ao risco é um traço psicológico estável, conhecido como atitude em relação ao risco, que implica que um indivíduo tende a tomar riscos similares em uma gama de situações, enquanto outras pessoas tendem a ser mais avessas ao risco do que outras. O risco é percebido de forma diferente por cada indivíduo, cultura ou mesmo subculturas. Assim a diferença na execução de comportamentos ditos arriscados pode estar associada na percepção deste risco e não na atitude em relação ao risco de forma geral.

Por outro lado, Cooper e colaboradores (1988) indicam que os empreendedores não possuem uma atitude mais positiva em relação ao risco, mas sim que tem uma percepção extremamente positiva dos riscos envolvidos. Assim, para os outros, pode parecer que o empreendedor toma maiores riscos, no entanto, os empreendedores apenas tomariam riscos considerados por eles como moderados.

Vários estudos também têm indicado que empreendedores apresentam maior *lócus* de controle interno do que os que não são empreendedores (THOMAS E MULLER, 2000; RAUCH & FRESE, 2000). Rotter (1966) apresenta o *lócus* de controle como uma percepção do indivíduo sobre as causas dos eventos que ocorrem em sua vida, podendo ser interno ou externo. Quando um indivíduo possui uma crença que o os eventos são determinados por suas decisões e esforços, diz-se que tem lócus de controle interno.

Por outro lado, quando o indivíduo acredita que não existe tal relação e os eventos são prioritariamente determinados por sorte, destino, por outras pessoas, ou mesmo circunstancias externas, como estar no lugar certo na hora certa, denomina-se lócus de controle externo. Robinson et al, (1991) indicam que uma maior percepção de controle interno está associada a uma atitude empreendedora positiva, além disso, indivíduos com lócus de controle mais interno tendem a possuir uma maior necessidade de realização.

A proatividade é outra característica atribuída aos empreendedores, ser proativo é tomar controle da situação para que as coisas aconteçam ao invés de esperar as coisas acontecerem, é antecipar e prevenir problemas e aproveitar oportunidades (Parker et al, 2010). Bateman e Crant (1993) apresentam a disposição proativa como um constructo que diferencia as pessoas no que se refere na medida em que elas agem para influenciar seu ambiente. O indivíduo com esta personalidade seria alguém que não é restrito por limitações situacionais e que provoca mudanças no ambiente, identificando oportunidades e agindo para aproveita-las, tomando iniciativa e mostrando perseverança. Lumpkin e Dess (1996) também enfatizaram a importância de ser o primeiro a introduzir a melhor estratégia para aproveitar uma oportunidade de mercado.

De forma contrária, os indivíduos não proativos teriam comportamentos diametralmente opostos, como por exemplo, não teriam a capacidade de identificar e muito menos de aproveitar oportunidades para modificar algo, preferindo se adaptar as mudanças (BATEMAN E CRANT, 1993). Dados de uma pesquisa de Crant (1996) provenientes de alunos de graduação e MBA indicaram uma correlação positiva (r=0,48) entre personalidade proativa e intenções de possuir um negócio, mesmo controlando por fatores como gênero, educação, e familiares empreendedores a pró-atividade, a proatividade explicou 17% adicionais na variância nas intenções empreendedoras.

Um outro estudo de Becherer & Maurer (1999) envolvendo 215 proprietários e gestores de pequenas empresas, indicou que uma personalidade mais proativa estava associada à uma postura empreendedora agressiva (r= 0,17). A postura empreendedora agressiva é definida como uma busca pela empresa de oportunidades e a tomada de uma posição agressiva em relação ao mercado

Para McClelland (1965), a necessidade de realização é outra característica associada ao empreendedor, sendo, em geral, adquirida culturalmente. Por isso, as sociedades com elevado nível de necessidade de realização apresentam maiores probabilidades de produzirem um maior número de empreendedores, os quais, por sua vez, serão os responsáveis por um desenvolvimento econômico mais acelerado, gerando um círculo virtuoso.

A importância da inovação, e do processo de inovação, foi abordada no clássico *The Theory of Economic Development*, onde Schumpeter (1934) descreve a inovação e o empreendedorismo como forças motrizes do crescimento econômico na sociedade capitalista. Knight (1997)

explica que a dimensão de inovação no empreendedorismo está relacionada a busca de soluções novas ou criativas para enfrentar desafios para o negócio, incluindo o desenvolvimento ou melhoria de produtos e serviços, assim como técnicas administrativas e tecnologias para desempenhar funções organizacionais.

A inovação é o processo que transforma uma invenção entre um produto que pode ser comercializado, ou seja, a inovação é um passo além da invenção, pois envolve a comercialização de ideias, implementação e modificação de produtos existentes, sistemas e recursos (GABOR, 1970).

Para Drucker, o empreendedor ocupa um importante papel de inovador na sociedade, indicando que a inovação é "a ferramenta específica do empreendedor" (DRUCKER,1987/2000). Carland, Hoy, Boulton, e Carland (1984) diferenciam o empreendedor do gestor, ao caracterizar o empreendedor como alguém que possui comportamento inovador, para conseguir que o negócio cresça e prospere. Schumpeter (1934) também utiliza a inovação como uma característica explicita e que define o empreendedor.

Existe vasta evidência empírica que os empreendedores são mais inovadores que outros indivíduos na sociedade. Carland e colaboradores (1992) encontraram diferenças significativas entre preferências em relação à inovação em empreendedores de ambos os sexos e gestores, indicando que estes empreendedores possuíam maior preferência à inovação do que os gestores.

A inovação pode ser considerada uma motivação importante para o início de um negócio (THOMAS E MULLER, 2000). Segundo pesquisa realizada por Shane, Kolvereid e Westhead (1991) a oportunidade de ser inovador e estar acompanhando as mais novas tecnologias, é um dos principiais motivos para que indivíduos iniciem um negócio.

Cunningham & Lischeron (1991) realizaram uma tentativa de definir um perfil ou um conjunto de características do empreendedor bem sucedido. Segundos os autores, o empreendedor de sucesso seria um indivíduo que buscaria a sua independência, com uma grande crença em si mesmo e em suas habilidades, com elevada persistência e autoestima, visão, além de contar com um grande criatividade e disposição para inovar.

No entanto, os comportamentos dos empreendedores podem predizer melhor o seu sucesso que os traços de personalidade. Frese e Rauch (2001) enfatizam a importância de se entender a diferença entre a criação de uma empresa e o sucesso de um empreendedor, pois os processos

que levam uma pessoa a abrir um negócio podem ser diferentes dos processos que motivam o sucesso empreendedor. Ainda segundo estes autores, as características de personalidade parecem ser mais importantes na decisão de ser um empreendedor do que na determinação do sucesso deste empreendedor.

Segundo Shook et al (2003), em artigo sobre a criação de empresas e características pessoais, indica que a busca por um perfil psicológico único para empreendedor não tem alcançado sucesso, talvez pela complexidade do fenômeno e a importância de variáveis econômicas, sociais, culturais entre muitas outras, que têm sido objeto de estudo das teorias situacionais.

4.2.3 Empreendedorismo: Teorias Situacionais

Welter (2011) indica que já existe há algum tempo um entendimento de que o processo empreendedor pode ser melhor compreendido quando se verifica o contexto em que ocorre, incluindo as dimensões sociais (GRANOVETTER, 1985), espaciais (KATZ & STEYAERT, 2004), institucionais (POLANYI, 1957) e valores das sociedades (WEBER, 1984). O Quadro 5, adaptado de Welter (2011), mostra as dimensões contextuais, os domínios de influência, além de alguns exemplos de influências exercidas:

Quadro 5: Fatores contextuais no empreendedorismo

Dimensões	Domínio da Influência	Exemplo de influências
Negócio	Industria ou mercado	Estágio de ciclo de vida de industrias e mercados, número e natureza dos concorrentes
Sociais	Redes, Familia	Estrutura de redes, densidade, frequência de relações de rede, composição e papéis familiares
Espaciais	Locais Geográficos, países, estados, clusters	Características Físicas do local onde o negócio está estabelecido, estrutura de suporte, caracteristicas de comunidades locais e regiões
Sociedade	Cultura e Sociedade: sistemas políticos e economicos	Atitudes e normas da sociedade, regulações e estrutura legal (baseada em valores), políticas e medidas de apoio.

FONTE: Adaptado de WELTER (2011)

No que tange a pesquisa em Gestão, o contexto normalmente está relacionado a circunstancias, situações ou ambientes que são externos ao fenômeno, podendo auxiliar ou limita-lo (WELTER,2011). Podemos considerar que umas das primeiras tentativas de comparar taxas de empreendedorismo foi a de Weber (1958) em seu célebre “Ética Protestante e o Espírito do

Capitalismo", argumentando que a ascensão do protestantismo e seus valores, incentivaram o trabalho árduo e permitindo o progresso material, modificando valores que inviabilizavam o desenvolvimento do capitalismo e sua implantação.

Alguns autores também defendem que o comportamento empreendedor como um instrumento de que os grupos minoritários lançam mão para alterarem o status quo, tal como ocorreu com grupos judeus em muitos países (LOW & MACMILLAN, 1988; GODLEY et al, 2001). De modo semelhante, Brenner (1987) defendeu a posição de que os grupos que perderam ou na iminência de perderem o *status* social tendem a assumir riscos empreendedores. Todavia, há evidências recentes de que nem todos os empreendedores se originam de grupos em desvantagem social; assim, conclui-se que apenas em determinadas ocasiões o empreendedorismo ocorreria em resposta à falta de mobilidade social através de outros canais (LOW & MACMILLAN, 1988).

Welter (2011) aponta que o contexto social é mais estudado em termos da abordagem de redes sociais de apoio, pois estas redes podem facilitar o acesso ou mesmo oferecer capital financeiro, informações importantes, o acesso a clientes ou mão de obra, além de apoio emocional proveniente de família e amigos.

Há evidência empírica que os laços sociais podem ser um recurso importante para compensar as dificuldades de se abrir e manter uma nova empresa (DAVIDSSON & HONIG, 2003) e promover oportunidades e recursos para sociedades ou para formar equipes (ALDRICH & KIM, 2007). Estas redes sociais podem ser especialmente benéficas para algumas minorias étnicas (ALDRICH & WALDINGER, 1990), para mulheres empreendedoras (MANOLOVA, CARTER, MANEV, & GYOSHEV, 2007) ou empreendedores em ambientes turbulentos (ROGERS, 2006).

Um estudo realizado por Birley (1985) mostrou que 160 empreendedores do Estado de Indiana, nos EUA, faziam significativamente mais uso de redes de apoio informais do que formais. A relevância das redes de apoio para o comportamento empreendedor também se reflete no crescente interesse pelas incubadoras, que funcionam como redes de apoio a empresas recém-criadas, fornecendo-lhes a infraestrutura necessária em termos de espaço físico, consultoria técnica e gerencial e contato com outros empreendedores (HOY et al, 1991). Hoy e colaboradores (1991) também destacam o papel das incubadoras para a criação de um ambiente propicio ao empreendedorismo, através do auxílio na preparação de planos de negócios,

facilitação no processo de busca financiamento e na assistência em forma de consultoria para os novos negócios, tendo um importante papel de rede de apoio.

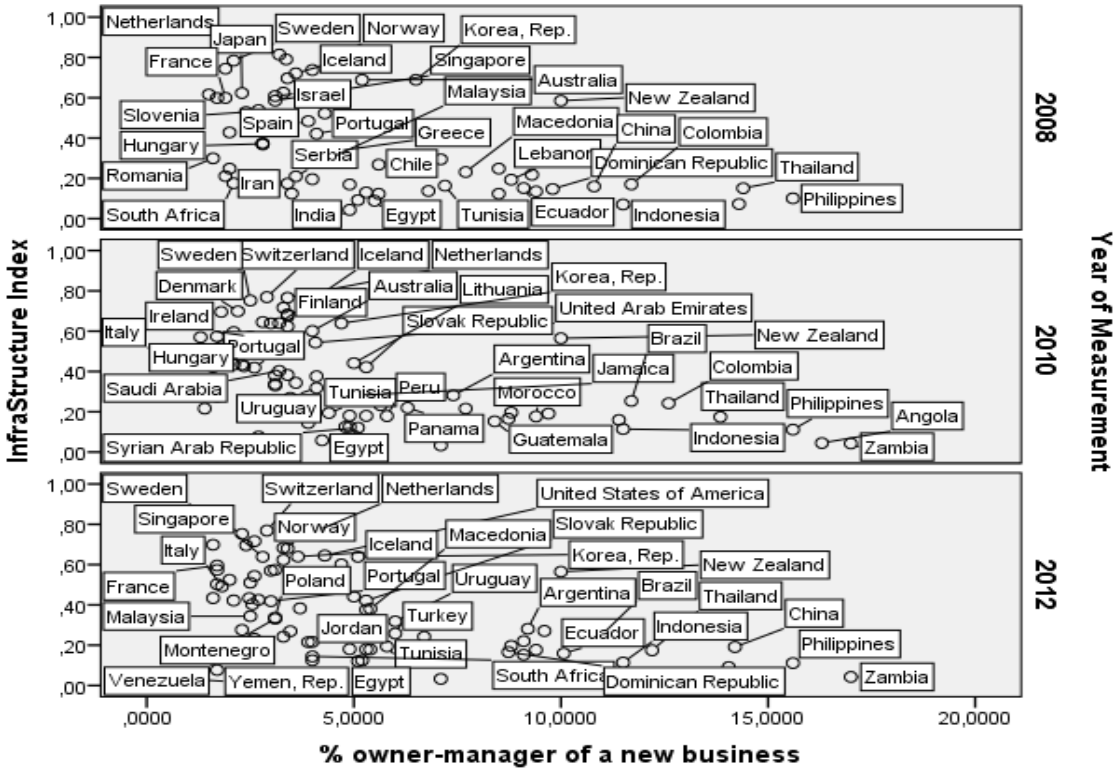
Outra vertente das teorias situacionais, de natureza econômica, identifica o empreendedorismo com o ambiente de negócios, isto é, procura explicar o empreendedorismo a partir da análise das condições, leis e processos econômicos que facilitam ou não o surgimento, desenvolvimento e manutenção de novos negócios. Um ambiente favorável envolve uma combinação de fatores que podem desenvolver ou fomentar o empreendedorismo.

Segundo esta lógica, os países que minimizam a quantidade de regras e regulações, oferecem incentivos tributários e fornecem serviços de aconselhamento e treinamento para novos empreendedores, aumentariam significativamente a criação de empresas. Fatores como leis e regulações para entrada e saída de mercados, ou mesmo regulações em relação à propriedade, podem criar novas oportunidades para empreendedores, como no caso de reformas no período pós-socialista nos países da Europa Oriental que passaram a permitir empresas privadas (WELTER, 2011).

Um dos estudos mais conhecidos sobre estes fatores é o *Doing Business Report*, editado pelo World Bank. Este estudo cria uma medida quantitativa das regulações para iniciar um negócio, lidar com permissões de construção, emprego de trabalhadores, registro de propriedade, obtenção de crédito, proteção de investidores, pagamentos de impostos, comercio internacional, cumprimento de contratos e resolução de insolvência, para pequenas e médias empresas em cada país. Na edição de 2013 foram pesquisados 186 países (World Bank, 2011).

No entanto, os dados empíricos indicam que somente um melhor ambiente de negócios não é um bom preditor da quantidade de novas empresas. Um estudo de Zouain, Almeida & Sato (2013) indicou que a correlação entre as dimensões de *Doing Business* e a taxa de novos negócios nos 3 anos selecionados (2008,2010 e 2012) foi negativa, variando de r=-0,170 para proteção de investidores a r=-0,417 para a dimensão de fechamento de negócio. Este resultado indica que outros fatores estão afetando a taxa de empreendedorismo. Os mesmos autores, tendo como objetivo entender o fenômeno, buscaram outras variáveis e utilizaram o índice de infraestrutura para determinar de forma gráfica o mesmo comportamento:

Figura 8: Relação entre empreendedorismo e infra estrutura



FONTE: Zouain, Almeida & Sato (2012)

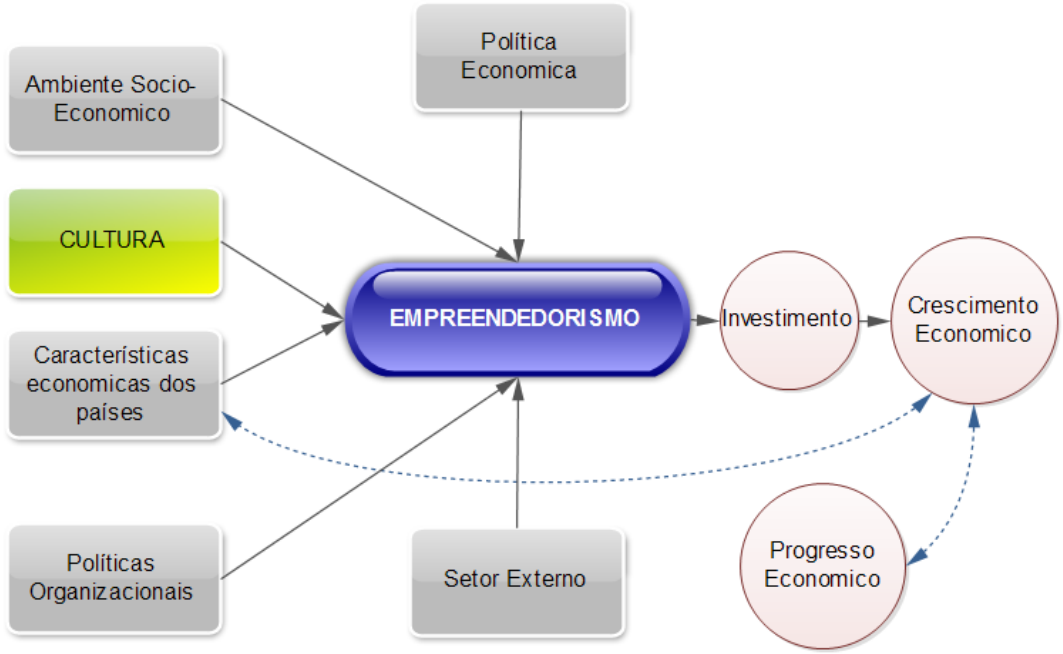
Os autores mostram que embora a relação entre as variáveis seja negativa, este fenômeno possivelmente está associado a baixa taxa de crescimento de países mais desenvolvidos, ao mesmo tempo que o crescimento tem se concentrado em países da Ásia e África. Embora um bom ambiente de negócios seja importante, os autores indicam que não é condição suficiente para a criação de empresas.

Por isso, atualmente há uma tendência de se considerar o comportamento empreendedor como consequência da dinâmica de fatores psicológicos, sociais e econômicos (WELTER, 2011). Covin e Slevin (1989) apontam que o ambiente externo e seus fatores associados podem ser um ponto de partida para qualquer análise sobre empreendedorismo. Guerreiro e colaboradores (2008) indicam que nas últimas décadas alguns autores tem analisado fatores ambientais, e as atitudes em relação ao empreendedorismo para entender melhor as motivações que levam os indivíduos a iniciar uma carreira como empreendedores.

Shapero e Sokol (1982) apontam que é justamente a convergência de atitudes (do indivíduo) e fatores situacionais (ambiente) que conduz ao início de um negócio. De modo semelhante, Krueger e Brazeal (1994) indicam que a intenção de empreender é baseada na interação entre

características pessoais, percepções, valores, crenças, variáveis sócio demográficas e o ambiente. Assim, alguns autores têm procurado desenvolver modelos que integram todos esses aspectos, buscando melhor explicar o comportamento empreendedor, conforme a Figura 9, baseada em Martin & Picazo(p.199, 2009):

Figura 9: Interfaces e Ciclo do empreendedorismo



Fonte: Adaptado de Martin & Picazo (p.199, 2009)

Glade (*apud* LOW & MACMILLAN, 1988) concebe o empreendedor como um tomador de decisões que atua em um cenário social e cultural específico, o qual denominou "estrutura de oportunidades", enfatizando que tal contexto se relaciona tanto à percepção da existência de oportunidades quanto à disponibilidade de recursos. Crook e colaboradores (2009) afirmam que a pesquisa em empreendedorismo têm crescido rapidamente nos últimos anos, citando como exemplo a divisão de Empreendedorismo da *Academy of Management*, teve o número de membros aumentado de 917 no início da década para 2370 em 2009, significando um aumento de 155%.

No entanto, embora o aumento quantitativo seja inegável, ainda não há uma consolidação do campo, principalmente no que tange a questão do design de pesquisa em empreendedorismo. De acordo com Low (1988), a pouco tempo atrás a pesquisa na área de empreendedorismo ainda estava em estágio emergente, ou seja, em fase de definição dos limites da área e os métodos de pesquisa a serem utilizados.

Uma análise realizada por Chander e Lyon (2001) para o período de 1989 a 1999 encontrou práticas e desenhos de pesquisa ainda incipientes, com uma clara falta de técnicas ou desenhos de pesquisa mais sofisticados, o que dificultava o entendimento das complexas relações presentes nos estudos de empreendedorismo, impedindo a sugestão de políticas ou recomendações normativas por parte dos pesquisadores.

Crook e colaboradores (2009) realizaram uma pesquisa com o intuito de continuar o trabalho de Chander e Lyon e verificar até que ponto a pesquisa e os métodos em empreendedorismo avançaram nos últimos anos, utilizando artigos produzidos entre 2002 e 2007, dos seguintes periódicos: *Journal of Business Venturing* e *Entrepreneurship Theory and Practice*, além de artigos relacionados com o empreendedorismo do *Academy of Management Journal*, *Administrative Science Quarterly*, *Journal of Management*, *Management Science*, *Organization Science*, e *Strategic Management Journal*, totalizando 238 artigos.

Os autores indicaram que houve uma melhoria significativa na sofisticação dos modelos utilizados nas pesquisas, com uma maior preocupação com a questão de validade e confiabilidade dos instrumentos, além de uma maior frequência de testes de moderação e mediação de efeitos, ocorrendo também um aumento significativo na quantidade de estudos longitudinais, considerados mais completos e aptos para inferir causalidade entre variáveis.

Como conclusão os autores afirmam que embora as mudanças tenham ocorrido, ainda há um longo caminho a ser percorrido, sugerindo a adoção de um curriculum doutoral mais rígido quanto à formação no desenho de pesquisa e também na adoção e ensino de técnicas estatísticas mais sofisticadas, como por exemplo, a análise fatorial confirmatória (CFA) principalmente para o estudo do empreendedorismo que é uma das áreas em que envolve amostras e fenômenos mais diversos (CROOK et al, 2009).

Podemos assim verificar que modelos empíricos e abordagens têm sido desenvolvidas e aperfeiçoadas na tentativa de compreender o comportamento empreendedor. Todavia, esses modelos ainda carecem de evidência empírica acerca da sua validade.

4.3 Cultura e Cultura Nacional

Uma das primeiras definições de cultura é normalmente atribuída à Tylor, considerado por muitos como o pai da antropologia moderna (JAHODA & KREWER, 1997). Em sua obra *Primitive Culture* de 1871, demonstrou que a cultura pode ser objeto de estudos sistemáticos. A cultura seria um fenômeno natural que possui causas e certa regularidade, podendo ser estudada de forma objetiva, e analisada para que pudessem ser formuladas leis sobre o processo cultural e a evolução humana. Para Tylor (1871/1958) a cultura seria:

> *"Cultura ou Civilização, em seu sentido etnográfico mais amplo, é um conjunto complexo que envolve conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade. A condição de cultura entre as várias sociedades no mundo é passível de ser investigada em princípios gerais, um assunto passível de estudo das leis do pensamento e ação humana"*. Tylor (1871/1958), p.1 (tradução livre).

O debate sobre as definições sobre cultura têm se estendido desde o início da Antropologia como disciplina no século XIX, gerando várias categorizações de cultura. Uma das mais extensivas foi a *Outline of Cultural Materials*, criada pelo antropólogo George Murdock e colaboradores na década de 1930, contando com mais de 79 divisões e 637 subdivisões, sendo ainda utilizada atualmente em pesquisas comparativas. Em 1952, Alfred Kroeber e Clyde Kluckhohn publicaram um volume catalogando 164 definições de cultura, que posteriormente foi dividida em oito perspectivas diferentes por Boldey (1994), conforme pode ser visto no Quadro 6:

Quadro 6: Diferentes Perspectivas de Cultura propostas por Kroeber e Kluckhohn

Perspectiva	Definição
Tópica	Cultura consiste em tudo em uma lista de tópicos ou categorias, como organização social, religião ou economia.
Histórica	Cultura é uma herança social, ou tradição que é passada para futures gerações
Comportamental	Cultura é compartilhada, comportamento humano aprendido, uma maneira de vida
Normativa	Cultura é composta de ideias, valores ou regras para se viver.
Funcional	Cultura é a maneira pela qual os seres humanos resolvem problemas de adaptação ao ambiente ou de convivência
Mental	Cultura é um complexo de ideias, ou hábitos aprendidos que controlam impulsos e distinguem pessoas de animais
Estrutural	Cultura consiste de ideias, símbolos e comportamentos inter-relacionados e com padrões
Simbólica	Cultura é baseada em significados arbitrariamente atribuídos que são compartilhados por uma sociedade.

Fonte: Adaptado de Bodley(1994)

Engelen (2010) aponta que embora não exista um consenso sobre a definição de cultura, a definição mais aceita é a de Kluckhohn (1951, p.86), que indica que a "cultura consiste em maneira padronizadas de se pensar, sentir e reagir que são adquiridas principalmente por símbolos, constituindo a característica distintiva dos grupos humanos ... o núcleo central da cultura consiste em ideias tradicionais e especialmente dos seus valores associados".

Esta definição enfatiza dois pontos cruciais da cultura nacional: primeiramente que se refere a um grupo de pessoas, e não indivíduos. Outro ponto importante é de que a cultura é dividida em várias camadas onde os valores compartilhados e normas formam um núcleo invisível que influência as interações e o comportamento dos membros dentro de um grupo social (ENGELEN, 2010)

Cultura pode ser entendida como um conjunto de crenças ou padrões, compartilhados por um grupo de pessoas, que os ajuda a decidir o que é algo, o que pode ser, como se sentir, o que fazer e como fazer (GOODENOUGH, 1996). Adler e Jelinek (1986) apresentam cultura como um conjunto de premissas tidas como certas, expectativas ou regras que enfatizam uma abordagem cognitiva compartilhada que distingue um dado grupo de outro.

Geertz (1973), ao realizar uma análise antropológica da política, da religião e dos costumes sociais apresenta a cultura como um sistema simbólico, isto é, "um padrão de significados transmitidos historicamente, incorporado em símbolos e materializado em comportamentos".

Para Terpstra e David (1985) cultura é como um conjunto de símbolos aprendidos, compartilhados, inter-relacionados que os significados comunicam uma série de orientações para os membros de uma sociedade. Este sistema de valores é baseado em uma série de princípios e regras que auxiliam o indivíduo na escolha de alternativas, na resolução de conflitos e na tomada de decisão (ROKEACH, 1973).

Neste sentido, Trompenaars (1996) apresenta a cultura como uma forma pela qual muitos dos dilemas de uma sociedade são resolvidos. Essa função de auxiliar a compreender o ambiente e também de controle social permite que os comportamentos sejam razoavelmente consistentes e permitem um ambiente mais estável. DaMatta (2004) afirma que cultura é um sistema de identidade e regras sociais pertencentes a um grupo, e age como uma espécie de lente que altera e determina a maneira pela qual vemos o mundo e as outras pessoas. A cultura expressa os valores e as crenças que os membros desse grupo partilham.

4.3.1 Modelos de Cultura

Cada cultura desenvolve soluções especificas para certos problemas encontrados e assim se tornam distintas (TROMPENAARS & HAMPDEN-TURNER, 1998). Os estudos *cross-culturais* são pesquisas realizadas com membros de várias culturas. Estes estudos tem como objetivo encontrar diferenças e semelhanças previsíveis e significativas no comportamento que possam ser atribuídas à diferenças culturais (BRISLIN,1976). Alguns dos mais importantes estudos comparativos auxiliaram na definição de modelos ou frameworks culturais que criam dimensões a serem comparadas que permitem o entendimento e classificação de culturas.

Hilal (2002) aponta como os principais estudos *cross-culturais* os trabalhos de: Hofstede (1980; 1984;2010) realizado em 40 países na primeira pesquisa e 50 na segunda pesquisa. A terceira pesquisa de Hofstede utilizou 23 países como amostra e a quarta versão utilizou os dados de 81 países do banco de dados do *World Values Survey* (Inglehart et al., 2007), a autora também aponta as pesquisas de Trompenaars (1993) que coletou dados em 50 países, as pesquisas conduzidas por Maznevski em 10 países. Outro importante autor é Shalom Schwartz que estudou valores inicialmente com uma base de dados de 38 países.

Adicionalmente, um dos modelos unidimensionais mais conhecidos é de o Hall (1989), que classifica as culturas como de alto e baixo contexto, dependendo da importância do contexto dentro da comunicação em uma sociedade (HALL, 1989). As culturas de alto contexto, estão localizadas nos países do Oriente Médio, Ásia, África e América do Sul, seriam mais relacionais, coletivistas, intuitivas e contemplativas. As pessoas nestas regiões enfatizariam relacionamentos interpessoais, e a confiança deve ser estabelecida antes de qualquer transação de negócio, além disso a harmonia e consenso devem ser mantidos, além disso, os sentimentos são mais importantes que a lógica pura. Não importa somente o que se diz, mas o todo o contexto é considerado, como por exemplo: o tom de voz, expressões faciais, gestos, postura e outros sinais (HALL, 1989).

Em uma cultura de baixo contexto, que engloba países da América do Norte (Canadá e Estados Unidos) e grande parte da Europa ocidental, os indivíduos tendem a ser mais lógicos, lineares, individualistas e orientados à ação. A lógica, fatos e franqueza são valorizados nestas culturas. A resolução de problemas é baseada na avaliação dos fatos sequencialmente e decisões são tomadas balizadas em fatos, e não simplesmente na intuição. A comunicação entre as pessoas

tende a ser precisa e deve ser entendida literalmente, dependendo pouco de informações ou outros fatores contextuais (HALL, 1989).

No entanto, um dos estudos mais conhecidos e replicados na área de estudos culturais é o de Hofstede. Em um estudo realizado na década de 70, o pesquisador obteve acesso a um grande banco de dados sobre valores e sentimentos em mais de 50 países (HOFSTEDE, 1980). Estes dados eram provenientes da IBM, que tinha subsidiarias em todos estes países. A maior parte da empresa foi pesquisada duas vezes durante um período de quatro anos, gerando uma base com 100.000 questionários.

Ao analisar esta quantidade enorme de dados, Hofstede (1980) encontrou quatro dimensões para as culturas nacionais – chamadas de distância hierárquica, individualismo-coletivismo, masculinidade-feminilidade e controle da incerteza. Estas dimensões permitiram o autor classificar os países em diferentes posições relativas, e segundo o autor, a combinação dos valores de cada país nestas dimensões nos permite entender melhor a cultura em estudo.

A distância hierárquica pode ser definida como grau de aceitação de uma divisão desigual do poder entre os membros de uma sociedade (HOSTEDE, 1991). A comparação entre empregados da mesma empresa (IBM) e com postos de trabalho idênticos em diferentes países, permitiu atribuir a cada país um índice relativo ao seu nível de distância hierárquica. Esta dimensão reflete basicamente o conjunto de respostas coletadas em várias culturas, relacionadas à questões que tinham como objetivo entender como as desigualdades hierárquicas e de poder entre as pessoas são compreendidas e processadas.

Os índices de distância hierárquica podem indicar a relação de dependência entre as pessoas. Nas culturas onde a distância hierárquica é baixa, a dependência dos subordinados aos seus chefes é limitada: sendo uma relação de interdependência, com um índice de distância hierárquica relativamente pequena. Neste tipo de cultura os subordinados podem questionar e discordar de seus chefes sem maiores problemas (HOFSTEDE, 1991). O Quadro 7 apresenta dez diferenças entre sociedades de alta e baixa distancia hierárquica, segundo Hofstede (2011):

Quadro 7: Dez diferenças entre sociedades de pequena e grande distância hierárquica

Pequena Distancia Hierárquica	Grande Distância Hierárquica
Uso do poder deve ser legitimo e sob critérios de bem e mal	O poder é um fato básico da sociedade e antecede qualquer discussão sobre bem ou mal, não se questiona a sua legitimidade
Os pais tratam as crianças como iguais	Os pais ensinam obediência às crianças
Pessoas mais velhas não são respeitadas ou temidas	Pessoas mais velhas são respeitadas e temidas
Educação centrada no estudante	Educação centrada no Professor
Hierarquia significa inequidade de papeis, estabelecido por conveniência	Hierarquia significa uma inequidade existencial
Subordinados esperam ser consultados	Subordinados esperam que os chefes digam o que devem fazer
Governos pluralistas baseados na maioria votam e mudam de forma pacífica	Os governos são autocráticos baseados em combinações e somente mudados por revoluções
Corrupção é rara, escândalos terminam com carreiras políticas	Casos de corrupção são mais frequentes e os escândalos normalmente são encobertos
A distribuição de renda é aproximadamente igual	A distribuição de renda tende a ser muito desigual
A religião prega uma igualdade entre os seus participantes	Existe uma hierarquia de sacerdotes

Fonte: Adaptado de Hofstede (2011) pg.9

Nos países onde o índice é elevado, existe uma dependência dos subordinados em relação às suas chefias, nestas culturas os subordinados preferem ter um chefe autocrático ou paternalista, que diga aos subordinados o que devem fazer, ao invés de um estilo mais consultivo, onde a opinião dos subordinados é importante.

Os países latinos da Europa e os da América Latina, Ásia e África, apresentaram um índice de distância hierárquica elevado. Os Estados Unidos, Grã-Bretanha e países de colonização britânica e países Germânicos apresentaram têm um índice menor (HOFSTEDE, 2009).

A dimensão individualismo-coletivismo, trata da maneira que se configura os laços entre o indivíduo e o restante da sociedade. As sociedades individualistas se caracterizam por possuírem laços fracos entre os indivíduos, onde cada indivíduo deve cuidar de si mesmo e de sua família mais próxima, enquanto as sociedade onde as pessoas são mais integradas em grupos fortes e altamente coesos e tem uma relação de proteção e lealdade são conhecidas como coletivistas (HOFSTEDE, 1991).

O Quadro 8 apresenta uma comparação destacando dez diferenças entre sociedades que diferem em relação ao grau de coletivismo e individualismo:

Quadro 8: Dez diferenças entre sociedades individualistas e coletivistas

Individualistas	Coletivistas
Todos devem cuidar de si mesmos, e somente sua família direta	As Pessoas nascem famílias estendidas ou clãs que os protegem em torno de lealdade.
Consciência predominante do "eu"	Consciência predominante do "Nós"
Direito a privacidade	Enfoque em pertencer a um grupo
Falar o que está na cabeça é saudável	Deve-se manter a harmonia
Outros são classificados como indivíduos	Outros são classificados conforme pertençam ou não a um grupo de referência
Opinião pessoal é esperada: Cada pessoa tem direito a um voto.	As opiniões e votos são predeterminados pelos grupos
Transgredir normas leva a sentimento de culpa.	Transgredir normas leva a sentimento de vergonha.
As línguas utilizadas tem o "Eu" como indispensável	As línguas utilizadas nestas culturas evitam o uso do "Eu"
A educação tem como objetivo aprender como aprender	A educação tem como objetivo aprender como fazer
As tarefas são mais importantes que os relacionamentos.	Os relacionamentos são mais importantes que as tarefas.

Fonte: Adaptado de Hofstede (2011), pg. 10

As culturas individualistas são mais comuns em países desenvolvidos e ocidentais, enquanto as sociedades coletivistas são frequentes nos países menos desenvolvidos e orientais (HOFSTEDE, 2011). Em uma cultura individualista, as pessoas tendem a achar que o indivíduo é mais importante que a coletividade, ou seja, a felicidade, realização e bem estar prevalece, e as pessoas devem fazer o possível para consegui-los e também são responsáveis por cuidar de si mesmos. Já em uma cultura coletivista as pessoas acham que a comunidade é mais importante que o bem estar de um indivíduo, assim, cada um deve agir de forma a servir a sociedade para que o bem estar de todos seja garantido (TROMPENAARS, 1993).

Já a dimensão de controle de incerteza mede o grau de ansiedade dos habitantes de um país em relação a situações desconhecidas ou incertas, sendo diretamente relacionado com a necessidade de regras e leis, podendo ser escritas ou não para que se diminua o número de situações onde não haja certeza sobre algo. O controle de incerteza está ligado ao nível de ansiedade sobre algo que pode acontecer, e de aceitação da ambiguidade em relação a situações desconhecidas ou novas (HOFSTEDE, 2011).

A dificuldade em aceitar o incerto, mostra problemas em aceitar o que é diferente, ou segundo Hofstede, para estas sociedades "o que é diferente é perigoso". Nestas sociedades, com maior necessidade de controle do incerto, as inovações e mudanças são vistas com maior receio, por

causar grande desconforto e serem indesejáveis. Algumas diferenças entre as culturas em relação a evitação de incerteza no Quadro 9:

Quadro 9: Dez diferenças entre sociedades de baixa e alta evitação de incerteza

Baixa evitação de incerteza	Alta evitação de incerteza
A incerteza inerente da vida é aceita e cada dia é recebido como venha	A incerteza da vida é percebida como uma ameaça contínua que deve ser combatida.
Tranquilidade, baixo estresse, auto controle e baixa ansiedade	Maior estresse, emotividade, ansiedade, neuroses
Maiores notas nas escalas de bem estar e auto avaliação da condição de saúde	Piores notas nas escalas de bem estar e auto avaliação da condição de saúde
Tolerância a pessoas e ideias diferentes: O diferente é curioso	Intolerância a pessoas e ideias diferentes: O diferente é perigoso.
Confortável com ambiguidade e caos.	Necessidade de clareza e estrutura.
Professores podem dizer “Não sei”.	Professores devem ter todas as respostas.
Mudança de trabalho não representa problemas.	Deve-se permanecer em um emprego, mesmo que não esteja satisfeito.
Regras não são bem quistas, sejam escritas ou verbais	Necessidade emocional de existir regras – mesmo que não sejam cumpridas
Os cidadãos se sentem e são vistos como incompetentes pelas autoridades políticas	Os cidadãos se sentem e são vistos como competentes pelas autoridades políticas
Nos campos religiosos, científicos e filosóficos: relativismo e empirismo	Nos campos religiosos, científicos e filosóficos: verdades inquestionáveis e grandes teorias

Fonte: Adaptado de Hofstede (2011) pg.11

Os escores em evitação de incerteza são maiores nos países do leste europeu, países latinos, no Japão e em países de língua alemã, enquanto é menor em países de língua inglesa, países nórdicos e países de cultura chinesa (HOFSTEDE, 2011).

Uma das dimensões mais estudadas, a masculinidade-feminilidade indica a preferência de uma determinada cultura por valores ditos masculinos ou femininos, associados aos papeis que os gêneros têm historicamente desempenhado na sociedade. Geralmente, em grande parte das sociedades os homens devem ser firmes, competitivos e duros, enquanto as mulheres devem tratar do lar e das crianças, dos outros, enfim, devem adotar os papéis ditos "ternos" (HOFSTEDE, 1991). Na pesquisa de Hofstede, os itens relacionados à dimensão masculina foram a remuneração, o reconhecimento, a promoção e a necessidade de desafios, enquanto a dimensão feminina esteve associada à hierarquia, a cooperação, a importância do local onde se vive e a segurança de emprego.

Os comportamentos relacionados à modéstia, importância das relações, assistência e bem estar, maior solidariedade e menor competição estão associados mais fortemente com países de cultura predominantemente feminina. Enquanto um comportamento de maior autoafirmação,

uma importância maior do trabalho e uma maior competição estão associadas a culturas masculinas. Estas diferenças estão compiladas no Quadro 10:

Quadro 10: Dez diferenças entre sociedades masculinas e femininas

Feminilidade	Masculinidade
Diferenciação mínima entre os papeis sociais e emocionais entre os gêneros	Grande diferenciação entre os papeis sociais e emocionais entre os gêneros
Homens e mulheres devem ser modestos e preocupar com os outros	Homens devem ser assertivos e ambiciosos e mulheres modestas e se preocupar com os outros
Maiores notas nas escalas de bem estar e auto avaliação da condição de saúde	Piores notas nas escalas de bem estar e de auto avaliação de condição de saúde
Equilíbrio entre família e trabalho	O trabalho é mais importante que a família
Solidariedade com os fracos	Admiração pelos fortes
Os pais e as mães lidam igualmente com os fatos e os sentimentos	Pais lidam com fatos, enquanto as mães com as emoções
Tanto os meninos como meninas podem chorar, mas não devem brigar	Meninas podem chorar, mas não os meninos. Eles devem revidar e as meninas não devem brigar
As mães decidem o número de filhos	O pai decide o tamanho da família
Religiões foram em seres humanos	As religiões focam em um Deus ou deuses
Atitudes práticas em relação ao sexualidade, o sexo é uma maneira de se relacionar	Atitudes moralistas em relação a sexualidade, o sexo é uma maneira de atuar

Fonte: Adaptado de Hofstede (2011) pg.12

Segundo Hofstede (2011) o índice de masculinidade é elevado no Japão, em países de língua alemã, e em alguns países Latinos como Itália e México, moderadamente elevada em países ocidentais de língua Inglesa, e baixa em países Nórdicos e na Holanda, e moderadamente baixo em alguns países Latinos como França, Espanha, Portugal, Chile e também na Coreia e Tailândia.

Duas dimensões de cultura foram adicionadas nos últimos anos, através de intepretação de novos dados, utilizando o *framework* original de Hofstede: Orientação de longo prazo vs curto prazo e *Indulgência* vs Restrição (HOFSTEDE, 2011). A quinta dimensão de cultura, Orientação de longo prazo *vs* curto prazo, está relacionada com o foco que as pessoas dão aos seus esforços: o futuro (orientação de longo prazo), ou o presente e o passado (orientação de curto prazo) (HOFSTEDE, 2011). Esta dimensão foi encontrada em um estudo com estudantes de 23 países, usando um questionário desenvolvido por pesquisadores chineses (HOFSTEDE & BOND, 1988).

Nesta pesquisa os valores relacionados com a orientação de longo prazo foram relacionados à poupança e perseverança, enquanto os valores relacionados a orientação ao curto prazo foram respeito pela tradição, cumprimento de obrigações sociais e proteger as aparências. Estes

valores estão relacionados aos ensinamentos de Confúcio, no entanto apenas especificamente com as máximas relacionadas ao futuro. O Quadro 11 indica algumas diferenças entre as sociedades que apresentam diferentes escores nesta nova dimensão:

Quadro 11: Dez diferenças entre sociedades com orientações de curto e longo prazo

Orientação de curto prazo	Orientação de longo prazo
Os eventos mais importantes da vida ocorreram no passado ou estão acontecendo agora.	Os eventos mais importantes vão acontecer no futuro
Espera-se recompensas imediata	As recompensas podem esperar até mais tarde
Existem regras claras sobre o que é bom e mau	O que é bom e mau dependem das circunstâncias.
Tradições são sacrossantas	Tradições são adaptáveis a situações que mudaram
A vida familiar é baseada em imperativos	A vida familiar é baseada em tarefas compartilhadas
O que se pensa e se diz deve ser verdadeiro	O que se faz deve ser virtuoso
Crianças devem aprender a tolerância e o respeito	Crianças devem aprender a poupar
Consumo e Gasto como um fato social	Poupança e Investimento
Resolução de problemas de forma não estruturada	Resolução de problemas estruturada, matematizada.
Nos negócios, o foco é nos lucros de curto prazo.	Nos negócios o foco é nas posições de mercado e realizações futuras.

Fonte: Adaptado de Hofstede (2011) pg.15

Os países que obtiveram escores mais altos na dimensão de longo prazo foram os países Asiáticos, principalmente China, Hong Kong, Taiwan, Japão e Coreia do Sul. O Brasil e Índia também apresentaram resultados relativamente altos nesta dimensão. Já os países Europeus, em sua maioria, apresentaram uma orientação de médio prazo, enquanto Estados Unidos e Grã Bretanha apresentaram uma orientação de mais curto prazo. Os resultados apontam que países Africanos em geral e uma boa parte dos países de religião islâmicos apresentam uma orientação de curtíssimo prazo (HOFSTEDE, 2011).

Uma dimensão mais recente, foi adicionada após tratamento de dados adicionais da *World Values Survey* (WVS) por Minkov (2007). A dimensão Indulgencia vs Restrição, usa a nomenclatura proposta por Minkov de Indulgencia e Restrição e utiliza itens baseados na WVS (G. HOFSTEDE, G.J. HOFSTEDE & MINKOV, 2010). Esta nova dimensão e é de certa forma complementar a dimensão de orientação de longo prazo e curto prazo (HOFSTEDE, 2010; MINKOV, 2011). Esta nova dimensão foca em aspectos culturais ainda não abordados pelas outras cinco dimensões, mas conhecido na literatura como “busca da felicidade”.

O conceito de indulgência está relacionado à permissão de gratificação de desejos humanos básicos e naturais relativos a aproveitar a vida e se divertir. As sociedades com mais altos escores nesta dimensão apresentam maiores níveis de felicidade, e os indivíduos podem agir como queiram, gastando dinheiro, desfrutando de seu tempo livre e se dedicando a atividades prazerosas (Hofstede et al. 2010). Já um alto escore na dimensão de restrição é o oposto, ou seja, indica a presença de normas sociais e proibições que tem como objetivo regular a gratificação e transmitir a ideia de que o lazer, aproveitar a vida e se divertir são coisas consideradas erradas (HOFSTEDE et al. 2010). Podemos verificar dez diferenças culturais nesta dimensão no Quadro 12:

Quadro 12: Dez diferenças entre sociedades em relação a indulgencia-restrição

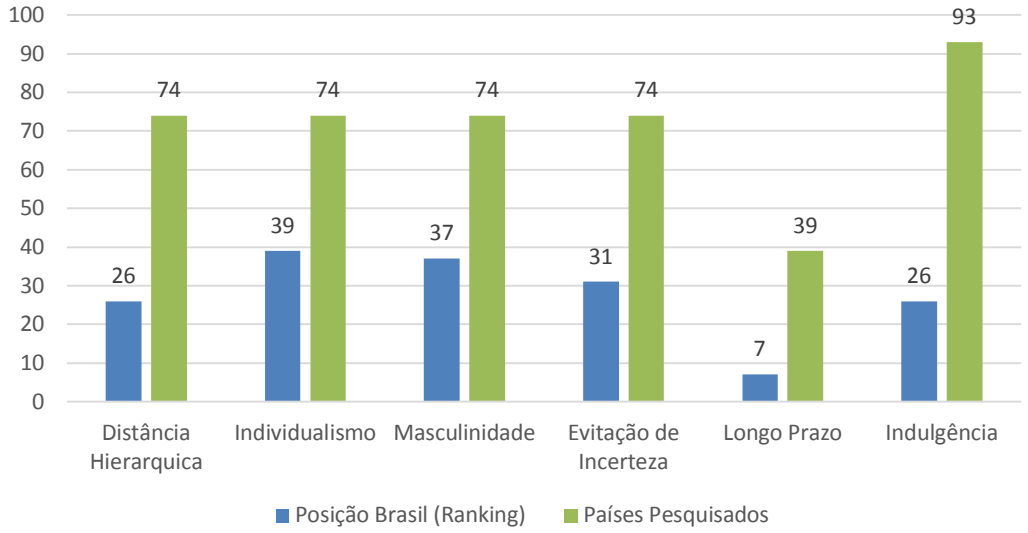
Indulgência	Restrição
Maior percentual da população se autodeclara muito feliz.	Menor quantidade de pessoas muito felizes
Existe percepção de controle pessoal sobre a vida	Existe uma percepção de desamparo: as coisas acontecem comigo por influência externa.
Liberdade de expressão é considerada importante	Direito à Liberdade de expressão não é uma preocupação da sociedade
Maior importância dada ao lazer	Pouca importância dada ao lazer
Maior tendência a relembrar emoções positivas	Menor tendência a relembrar emoções positivas
Em países com populações com alto grau de instrução: Maior taxa de natalidade	Em países com populações com alto grau de instrução: Menor taxa de natalidade
Mais pessoas envolvidas com atividades esportivas	Pessoas menos envolvidas com atividades esportivas
Em países com suprimento adequado de comida, mais pessoas obesas.	Em países com suprimento adequado de comida, menor quantidade de pessoas obesas.
Em países mais ricos, normas sexuais mais permissivas	Em países mais ricos, normas sexuais mais estritas
Manter a ordem não é visto como uma grande prioridade	Tem um alto número de policiais por 100.000 habitantes.

Fonte: Adaptado de Hofstede (2011) pg.16

Existem resultados para 93 países nesta dimensão. Hofstede (2011) indica que a indulgencia tende a ser maior nos países da América do Sul e do Norte, na Europa Ocidental e em partes da África Sub Saariana. Já a restrição tende a ser mais pronunciada em países da Europa Oriental, na Ásia e nos países Mulçumanos, enquanto a Europa Mediterrânea teria um escore mediano nesta dimensão. (Hofstede et al. 2010).

O Brasil tem participado seguidamente nas pesquisas de Hofstede (1980;2001;2010), o que permitiu uma grande quantidade de pesquisas utilizando as dimensões culturais fosse realizada, inclusive estudos comparativos. O resultados mais recentes do Brasil, nas dimensões culturais de Hofstede podem ser consultados na Figura 10:

Figura 10: Posição relativa do Brasil nas diferentes dimensões de cultura - Hofstede



Fonte: Compilado através dos dados de Hofstede et al. (2010)

É importante notar que as dimensões de cultura de Hofstede são atualmente amplamente utilizadas no meio acadêmico, pois são baseadas em um estudo clássico que envolveu 53 países, apresentando alta correlação com resultados de outros estudos replicados por outros autores de todo o mundo, sendo reconhecido como uma referência na área de estudos culturais, mesmo entre os críticos de seu modelo (MCSWEENEY, 2002; TRIANDIS, 2004).

Hofstede (2011) afirma que quando *Culture Consequences* foi lançado em 1980, a obra representou um novo paradigma de pesquisa nas ciências sociais, ao analisar dados sobre valores baseados em uma *survey* no nível nacional e quantificando as diferenças entre as culturas pelas posições alcançadas nas dimensões encontradas. Triandis (2004) afirma que todas as dimensões importantes de variação cultural foram descobertas por Hofstede e que são relevantes para entender como as pessoas funcionam nas sociedades industriais.

Embora tenha sofrido críticas e rejeição durante a sua introdução, nos anos 1990 o paradigma desenvolvido por Hofstede conseguiu uma grande aceitação e passou a ser complementado por outras dimensões em outros estudos, inspirando uma série de pesquisa sobre culturas nacionais (HOFSTEDE, 2011). Triandis (2004) ainda assegura que as dimensões culturais definidas por Hofstede geraram uma quantidade tremenda de pesquisa e influenciaram muito as ciências sociais como um todo.

Outra definição importante sobre cultura, é originária do projeto GLOBE que considera que cultura é “motivação compartilhadas, valores, crenças, identidades e interpretações ou

significados de eventos que resultam das experiências comuns do coletivo, e são transmitidas através de gerações". (House *et al*, 2002, p.5).

O projeto GLOBE (*Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness)*, foi iniciado pelo consultor Robert J. House, mas cresceu tornando-se um projeto com várias fases e métodos com o objetivo de examinar as inter-relações entre cultura nacional, cultura organizacional e liderança, com aproximadamente 150 cientistas sociais e da área de gestão, de todas as regiões do mundo (HOUSE et al, 2002). Esta rede de pesquisadores permitiu a coleta de dados de mais de 15.000 gestores de 875 organizações em áreas como serviços financeiros, alimentares e indústria de telecomunicação, em 61 países (HOUSE et al, 2002). Segundo HOUSE *et al* (2002) a operacionalização de cultura do projeto GLOBE utiliza nove dimensões, baseadas em trabalhos de Hofstede (1980), Hofstede e Bond (1988), Kluckhohn e Strodtbeck (1961) e McClelland (1961):

- **Evitação de incerteza -** definida como o grau que os membros de uma sociedade evitam incertezas apoiando-se em normas sociais, rituais e práticas burocráticas, para diminuir a falta de previsibilidade de eventos futuros:
- **Distancia Hierárquica** – o grau que os membros de uma organização ou sociedade esperam e concordam que o poder deveria ser exercido de forma desigual.
- **Coletivismo Societal** – Indica o grau que as práticas da sociedade e organizacionais recompensam a distribuições de recursos e ações de forma coletiva.
- **Coletivismo Intra grupal** – reflete o grau que os indivíduos demostram orgulho, lealdade e são coesos dentro de suas organizações e famílias.
- **Igualdade de Gênero** – relaciona-se com o grau que os papeis de gênero são enfatizados e a existência de discriminação de gênero.
- **Assertividade –** mostra o grau em que indivíduos ou sociedades são assertivos, confrontacionais e agressivos em relacionamentos sociais.
- **Orientação Futura** – mensura o grau em que os indivíduos ou sociedades realizam comportamentos relacionados ao futuro, como planejar, investir no futuro e esperar resultados de longo prazo.
- **Orientação ao desempenho** – indica o grau em que uma organização ou sociedade incentiva e recompensa membros por melhoria de desempenho e excelência

- **Orientação Humana** – descreve o grau que os indivíduos em organizações ou sociedades incentivam ou recompensam indivíduos por serem justos, altruístas, amigáveis, generosos, e gentis para com outros.

Outros autores frequentemente citados em pesquisas de dimensões culturais são Fons Trompenaars e Charles Hampden-Turner. Estes autores também focam nas diferenças culturais e seu impacto nos negócios. Os dados de mais de 30.000 participantes da investigação realizada por estes pesquisadores, foram coletadas em um período de dez anos. A pesquisa utilizou uma técnica que apresentava uma série de dilemas para os respondentes, com duas alternativas, que eram utilizadas como indicadores de valores e atitudes básicas (TROMPENAARS & HAMPDEN-TURNER, 1998).

Os resultados foram utilizados para descrever sete dimensões universais culturais. Segundo Hofstede (2011) as cinco primeiras dimensões foram baseadas no trabalho de Pardo e Shils e as outras duas nas pesquisas de Kluckhohn e Strodtbeck. As dimensões encontradas por Trompenaars e Hampden-Turner (1998) foram:

- **Universalismo/Particularismo** (regras ou relacionamento)
- **Individualismo/Coletivismo** (indivíduo ou grupo):
- **Específico/Difuso** (a variedade de envolvimentos)
- **Neutro/Emocional** (como os sentimentos são expressos)
- **Conquista/Atribuição** (como se confere status)
- **Atitudes em relação ao tempo** (sequencial ou sincrônico)
- **Atitudes em relação ao ambiente** (domínio ou aceitação)

Segundo Trompenaars (1993), essas orientações de valores influenciam enormemente na formas como as pessoas conduzem negócios e gerenciam, e também como respondem perante os dilemas morais.

A dimensão de Universalismo versus Particularismo permite entender se uma cultura oferece mais importância a lei e regras ou aos relacionamentos pessoais. Em uma sociedade com maior grau de universalismo as pessoas acreditam as regras gerais, códigos, valores e padrões têm precedência sobre as necessidades e pedidos de amigos e outros conhecidos. As regras são fixas e para ser uma pessoa confiável, o indivíduo deve-se cumpri-las.

Já em uma sociedade particularista, os indivíduos enfatizam a amizade e os relacionamentos próximos, embora as regras existam nestas culturas, elas não tem um caráter imutável e podem ser mudadas ou ignorada no caso de um amigo ou familiar que seja beneficiado pelo não cumprimento destas regras. Neste tipo de sociedade a aplicação de uma regra depende da situação e dos envolvidos.

A dimensão de Individualismo-Coletivismo descreve o grau em que as pessoas participam na sociedade, de forma coletiva, ou como indivíduos. Esta dimensão pode ser considerada como a mesma segundo a definição de Individualismo Coletivismo de Hofstede (1980).

A dimensão "difuso versus específico", Trompenaars (1993) descreve o grau em que a responsabilidade é atribuída de forma específica ou difusa dentro de uma sociedade. Em uma cultura mais especifica, as pessoas analisam os elementos individualmente e depois os juntam, isto é, o todo é uma soma das partes.

Ou seja, em uma cultura específica a interação entre as pessoas é bem definida, os indivíduos se concentram em fatos, padrões e contratos, tendendo assim a serem diretos, claros e tratam de negócios indo direto ao ponto. Em uma cultura deste tipo, os indivíduos tendem a separar o relacionamento no trabalho com outras atividades. Uma cultura difusa, por outro lado, parte do todo e percebe os elementos individuais em perspectiva onde todos elementos estão inter-relacionados. Os indivíduos tendem a ser indiretos e diplomáticos, verificando o contexto das situações e também toleram melhor a ambiguidade.

Neste tipo de cultura, os relacionamentos de trabalho tendem a ser permeados por relacionamentos pessoas e atividades conjuntas, ou seja, não se separa trabalho e amizade (TROMPENAARS & HAMPDEN-TURNER, 1998).

A dimensão "neutro/emocional" classifica as culturas pelo grau no qual os indivíduos demonstram suas emoções livremente naquela sociedade. Em uma cultura mais afetiva, as pessoas demonstram seus sentimentos livremente, ou seja, não é necessário esconder sentimentos. Em uma cultura com orientação neutra os indivíduos não demonstram os seus sentimentos, pois são ensinados a não demonstra-los abertamente. Embora todas as pessoas, independentemente da cultura sintam emoções, a diferença entre os dois extremos é que na orientação neutra eles são controlados e não demonstrados.

A dimensão Conquista/Atribuição descreve como o status é atribuído em uma dada sociedade. É importante notar que todas as sociedades apresentam uma desigualdade de status entre seus membros, no entanto, em algumas sociedades o status se baseia em conquistas, enquanto em outras, se baseia em características atribuídas como a idade, o gênero e a educação.

Em culturas que atribuem maior importância a conquista, existe pouco foco nos títulos, que são utilizados somente quando denotam uma competência ou é necessário. Os líderes também são julgados baseando no seu comportamento e conhecimento. O status é função das realizações e é mutável, de acordo com as concretizações mais recentes. Por outro lado, em uma cultura que dá status a características atribuídas, o status se baseia em quem o indivíduo é, os seus títulos, famílias, riqueza e cargos ocupados.

A atitude em relação ao tempo, segundo Trompenaars (1993) pode ser entendida por dois aspectos. O primeiro define a abordagem de uma cultura de estruturar o tempo, ou seja, como sociedade realiza tarefas em relação ao tempo e o outro aspecto está relacionado a importância relativa do passado, presente e futuro.

Em uma cultura com orientação mais sequencial, uma tarefa é realizada de cada vez, de forma estruturada e serial. A outra forma possível de estruturar o tempo é conhecida como sincrônica, onde os membros da cultura tem como costume realizar várias tarefas ao mesmo tempo, pois acreditam que o tempo é flexível e intangível. Em relação a importância que cada cultura atribui ao passado, presente e futuro, podemos verificar as características no Quadro 13:

Quadro 13: Dimensões temporais e características culturais segundo Trompenaars

Dimensão temporal	Características
Passado	A cultura vê os eventos futuros como uma repetição de eventos e experiências anteriores. Como valores são importantes o respeito aos ancestrais e eventos históricos.
Presente	Estas culturas não valorizam muito o passado ou o presente. Os indivíduos se preocupam mais com as demandas da vida cotidiana.
Futuro	Essas culturas se concentram em possibilidades futuras e não acreditam que o passado sejam significante para o futuro. O planejamento é muito importante nestas culturas.

Fonte: Tromprenaars (1993)

A dimensão de atitudes em relação ao ambiente, ou direcionamento interno/externo, está associada a crença da sociedade sobre a relação com o meio ambiente. Um extremo da dimensão está associado a culturas que creem que o ambiente pode ser controlado, enquanto o outro polo

acredita que o ambiente os controla e determina as suas vidas. Esta dimensão é baseada na orientação de *dominação*-subordinação de Kluckhohn e Strodtbeck (1961).

Em uma cultura direcionada internamente os indivíduos possuem uma visão mais mecanizada da natureza, a natureza é vista como complexa, mas controlável com o expertise e ferramentas adequados, tendo uma postura mais dominadora e agressiva em relação ao meio ambiente.

Já as culturas direcionadas externamente tem uma visão mais orgânica da natureza e acreditam que o homem é parte da natureza e deve viver em harmonia com o ambiente. Isso implica que as pessoas tendem a se adaptar as circunstancias externas ao invés de tentar muda-las, sendo mais flexíveis, buscando manter a paz (HAMPDEN-TURNER & TROMPENAARS, 1998).

4.3.2 Subculturas

Segundo Hofstede e colaboradores (2010) especialmente em países de grandes dimensões como o Brasil, China, Índia, Estados Unidos entre outros, existem regiões que diferem em termos geográficos, climáticos, econômicos, linguísticos e étnicos. E estas regiões podem representar diferentes sociedades que variam culturalmente, sendo conhecidas como subculturas nacionais ou culturas regionais, podendo inclusive ser objeto de estudos comparativos, com modelos como o de Hofstede (HOFSTEDE et. al, 2010).

Estas diferenças culturais entre regiões dentro de um mesmo país se define como subculturas. Normalmente são derivadas de diferenças nas situações sociais, grupos étnicos colonizadores ou formadores da região, da composição de população urbana ou rural, as principais religiões praticadas, além de vários outros fatores que em conjunto formam uma unidade funcional que tem um impacto nos indivíduos habitantes daquelas regiões.

Hoftstede (1983) reconhece a limitação de se comparar países, sem levar em consideração a diferença entre grupos em um mesmo país, citando vários níveis de subculturas baseados em regiões, classes sociais, ocupação, religião, grupos etários e gênero, observando que afirmações sobre culturas nacionais e personalidades nacionais podem ser superficiais e mesmo levar a generalizações falsas.

Em relação ao Brasil, alguns estudos têm demonstrado que existem diferenças sistemáticas entre as regiões. Por exemplo, o estudo de Lenartowics e Roth (2001) encontrou diferenças significativas entre algumas subculturas dentro do Brasil. Os respondentes de Minas Gerais eram mais modestos, descontraídos, e suspeitos, enquanto os do Rio Grande do Sul tinham características mais individualistas e oportunistas, os respondentes de São Paulo apresentavam um foco maior nos negócios, propensão a ação, enquanto os do Rio de Janeiro foram identificados como mais preocupados com diversão.

Desta forma, Hofstede e colaboradores (2010) baseados em análises de clusters, resolveram utilizar as cinco regiões como a melhor alternativa para estudar as diferenças regionais dentro do Brasil, encontrando perfis culturais significativamente distintos entre si.

Lenartowics e Roth (2001) indicam que embora uma variedade de dimensões e modelos tenha sido aplicada para representar uma cultura, a unidade de análise tem sido frequentemente definida pelas fronteiras nacionais dos países. No entanto, vários pesquisadores afirmam que embora o conceito de cultura nacional seja importante, culturas e nações não são termos equivalentes (HOFSTEDE, 1980).

Lenartowics e Roth (2001) salientam que embora as subculturas tenham sido observadas empiricamente e reconhecidas como importantes para estudar as influências culturais a utilização deste nível de análise com o objetivo de explicar fenômenos na área de administração, tem sido muito baixa, ainda que no caso de países de grandes dimensões, seja um importante nível de análise.

4.3.3 Valores

Existem alguns fatores, comportamentos, práticas e valores que existem em todas as civilizações, mas que variam na forma que são percebidos ou valorizados dependendo da cultura ou povo. Murdock (1945) em um trabalho clássico, compilou uma lista de tópicos que poderiam servir como denominador comum entre povos, encontrando fatores como classificação por faixa etária, adornos corporais, divisão de trabalho, educação, fé, folclore, ritos, jogos, linguagem, leis, política populacional, direitos de propriedade entre vários outros fatores.

Esta lista, embora não seja completa, ajuda a entender as diferentes culturas e mesmo realizar comparações através do estudo de como cada cultura trata cada um dos fatores, sendo assim possível diferenciar povos e compara-los. O modo que cada cultura trata com estes itens ou fatores, mostra na verdade um julgamento de valor, que expressa os valores básicos e as crenças (HILAL, 2002).

Assim, o conceito de valor é frequentemente utilizado para entender as atitudes e comportamentos não só de indivíduos, mas também para entender o funcionamento de organizações, instituições e sociedades (SCHWARTZ et al., 2001). Rokeach (1973) indica que o conceito de valores é um dos poucos conceitos psicológicos que foram empregados com sucesso em todas as disciplinas das ciências sociais. De acordo com Rokeach (1973), os valores humanos são metas desejáveis que apresentam uma importância variável e relativa, e servem como um guia na vida das pessoas, capaz de influenciar de forma substancial as respostas afetivas e comportamentais dos indivíduos.

Oslon e Zanna (1993) indicam que os valores são potenciais determinantes das preferências e atitudes das pessoas, e segundo revisão de literatura destes autores, os valores são poderosos preditores de atitudes em relação a armas nucleares, a desempregados, e crenças em um mundo mais justo.

Por se tratar de um tema tão amplo existe uma infinidade de definições e intepretações sobre o que seriam valores. Meglino e Ravlin (1998) indicam que além de outras coisas, os valores já foram considerados como necessidades, tipos de personalidade, objetivos, utilidades, atitudes, interesses e entidades mentais não existentes.

Essa gama de definições e proposições sobre o que seriam valores criou problemas para a interpretação de vários estudos, e trouxe a necessidade de um maior consenso sobre o que seriam valores, como são definidos e mensurados.

No entanto, segundo Lefkowitz (2003) embora os cientistas sociais em geral estejam bem acostumados em refinar conceitos ambíguos e resolver contradições teóricas de forma empírica, justamente quando entramos no campo dos valores e ética os métodos científicos deixam de ser eficazes e necessitam recorrer ao bom senso e especulações sobre a moralidade dos filósofos para auxiliar a resolver as questões básicas.

Lefkwitz (2003) aponta que a filosofia sempre tratou das questões que a ciência não pôde responder, como também responder o que deveria ser ao invés do que é objetivamente, como por exemplo: “O que é certo fazer?” ou mesmo “Como devo viver a minha vida?”, e a tentativa de responder a questões como essas, definindo o que é errado, certo, bom ou mau, ou definir de que maneira alguém deveria se portar constitui o cerne da ética ou da filosofia moral.

O questionamento sobre a natureza da moralidade ou ética, como se consegue chegar a definições do certo, errado, bem ou mal, são questões conhecidas como meta-éticas e estão envolvidas, mesmo que de forma implícita em todas as teorias normativas de ética (Lefkwitz, 2003). Bryant (1996) indica que de forma diferente de outras sociedades ocidentais, de onde a resposta do questionamento sobre o que era o “certo” sempre viria dos reis ou sacerdotes, na sociedade grega buscava-se ativamente a respostas sobre estas questões em público, com discussões sobre o bem, o mal, a moral, a justiça e o modo correto de viver a vida.

propriedade privada. Lefkowitz (2003) sugere que alguns valores seriam compartilhados por algumas sociedades, mas não por outras, pois os valores seriam adaptativos, sendo condicionados a fatores contextuais como nível de desenvolvimento econômico, crenças históricas e religiosas, tradições, convenções culturais e sistema político, entre outros.

Lefkowitz (2003, p.88) indica que o desenvolvimento dos aspectos da psicologia moral tiveram influência na criação da teoria do funcionalismo de Durkheim, mais especificamente na ênfase do funcionalismo no processo de socialização pelo qual internalizamos as convenções, valores e padrões da sociedade, e de forma estes padrões são ensinados por uma grande gama de educadores, o que inclui os pais, irmãos, colegas, professores, e também indiretamente através de mecanismos de socialização como televisão e filmes, que contribuem para o entendimento do processo de transmissão de valores.

Dawis (1991, p.838) diferencia os valores das atitudes, pois os valores estão mais “inseridos, permanentes e estáveis, mais gerais e menos ligado a qualquer referência específica, e fornece um *framework* perceptual que modela e influencia o comportamento”. Além disso, existe uma diferença conceitual importante entre os valores e os interesses, pois os valores têm uma importância relativa, enquanto o interesse é uma questão de grau de gosto, ou seja, enquanto o valor indica crenças sobre o que deveria ser, o interesse é meramente desejado ou preferido, ou seja, não se pergunta se um indivíduo gosta de justiça ou verdade, mas sim o qual importante são estes itens (LOFKOWITZ, 2003).

Lofkowitz (2003) acrescenta que uma outra maneira de diferenciar valores de atitudes é de que os valores são mais gerais, pois as atitudes se referem a crenças avaliativas sobre objetivos, situações ou comportamentos específicos, enquanto os valores referem-se a crenças em relação a estados fins ou modos de conduta.

Os valores são influenciados por experiências pessoais e exposição a formas de socialização mais formais, sendo aspectos centrais do conceito de si mesmo, relativamente estáveis, mas não permanentes. Um valor é uma crença que conduz a ações e julgamentos, com duas funções principais: a de servir como um padrão, para orientar a vida e também como motivação, que justifica os esforços necessários para realizar um valor (ROKEACH, 1973). Rokeach (1973) afirma que existe uma hierarquia de valores, isto é, uma classificação ordenada de valores ao longo de um contínuo de importância, ou seja, um valor será preferido a outros que estiverem abaixo na hierarquia de valores de um indivíduo.

Epstein (1989) sugere dois sistemas de valores relativamente independentes entre si. O primeiro seria o sistema racional-conceitual, no qual os nossos valores seriam expressos como crenças sobre a relativa desejabilidade dos resultados, com as atitudes associadas, tais crenças seriam relativamente racionais, analíticos e motivados por uma necessidade de confirmação lógica e empírica. Reese e Fremouw (1984) referiam-se a este sistema de valores, como normativos ou prescritivos, e Argyris e Schon (1978) como valores esposados.

Já o segundo sistema, o experimental-conceitual, seria mais relacionado com processos pré-conscientes, emocionais e afetivos, sendo chamados de valores normais (REESE & FREMOUW,1984) ou valores em uso (ARGYRIS & SCHON, 1978). Embora estes sistemas de valores promoviam de certa forma uma divisão entre valores, os sistemas eram visto como sobrepostos, ou seja, alguns valores normativos, racionais poderiam ser expressados no comportamento normal.

No entanto, Lefkowitz (2003) afirma que é importante fazer a distinção entre os dois componentes de valores tanto de um ponto de vista teórico e também pela diferença que isto implica na mensuração dos valores. Leftowitz (2003, p139) afirma que a pesquisa tipo *survey* ou a utilização de um inventário padronizado seria mais adequado para mensurar o sistema de valores normativos (REESE & FREMOUW, 1984) ou prescritivos/esposados (ARGYRIS & SCHON, 1978), pois o sistema de valores normais ou em uso, se refletiria mais no comportamento e não estariam acessíveis por auto respostas. Por possuir esta natureza, de dois

níveis, um consciente e outro pré-consciente é que Epstein (1989) afirma que os valores auto reportados tem baixo poder de predição de emoções e comportamentos, pois algumas vezes os dois sistemas de valores não se correspondem.

Segundo Tamayo e Porto (2009) os valores têm sido estudados desde épocas remotas, com o seu estudo científico efetivamente se iniciando com a busca da correta mensuração do constructo. No entanto, Lefkowitz (2003) indica que valores gerais não foram claramente diferenciados de crenças, atitudes, interesses, preferências e outros atributos de personalidade, existindo uma infinidade de "valores" na literatura.

Lefkowitz (2003) afirma que a Psicologia deu uma importante contribuição para o entendimento dos valores, que anteriormente era objeto de estudo exclusivo da Antropologia, Sociologia e Filosofia, a partir do momento que considerou os componentes cognitivos, afetivos e comportamentais dos valores, explicitando que os valores devem ser tratados não somente como crenças generalizadas sobre o que é ou não desejável, mas também como motivações que influenciam as avaliações, escolhas e ações dos indivíduos.

Outro importante passo para o estudo dos valores foi a construção de tipologias conceituais para classifica-los. Atualmente utilizam-se técnicas matemáticas como análise fatorial ou análise do menor espaço para encontrar empiricamente uma taxonomia de valores (LEFKOWITZ, 2003).

Segundo Tamayo e Porto (2009), Eduard Spanger, na Alemanha em 1928 teria sido o pioneiro nesta área, estudando os valores e personalidade, dividindo em vários tipos psicológicos, conforme Quadro 14:

Quadro 14: Valores segundo Spranger

TRAÇO	PRINCIPAL OBJETIVO
Teórico	Busca de Verdade
Político	Busca do Poder
Econômico	Busca do Útil
Social	Busca o Amor dos outros
Estético	Busca Avaliar formas e harmonia
Religioso	Busca da unidade mística com uma força superior

FONTE: TAMAYO E PORTO (2009)

Este estudo serviu de base para a construção do primeiro instrumento conhecido para avaliação dos valores, chamado de *Study of Values*, elaborado por Allport, Vernon e Lindzey (1951), seguido pelo *Questionnaire d'Intérêts et de Valeurs* (QIV) de Larcebeau(1974) baseando-se também na teoria de Spranger (TAMAYO & PORTO, 2009). Segundo Berry e colaboradores

(2002) outro estudo que representou um grande avanço para o estudo dos valores foi a pesquisa de valores de Kluckhohn e Strodtbeck (1961) que utilizou uma amostra de indivíduos provenientes de comunidades rurais nos Estados Unidos, em cinco grupos culturais diversos (Texanos, Mórmons, Hispânicos, Zunis e Navarros).

Estes indivíduos foram apresentados a uma série de histórias curtas e deveriam escolher a sua preferência pelo desfecho. Com a compilação destas respostas, Kluckhohn e Strodbeck (1961) criaram uma afirmação geral sobre a orientação de valores nestas culturas, utilizando cinco dimensões: orientação homem-natureza, orientação em relação ao tempo – passado, presente ou futuro, orientação à atividade, orientação relacional, natureza humana.

Posteriormente foi criado o *Rokeach Values Survey (RVS),* publicado em 1967, sendo a escala mais conhecida para mensuração de valores (OSLON E ZANNA, 1993), mensurando 36 valores, divididos em 18 valores instrumentais e 18 valores terminais ou valores-fim. Rokeach também categorizou os 36 valores como pessoais ou sociais, além de valores morais e competentes (LEFKOWITZ, 2003; TAMAYO & PORTO, 2009). A *Rokeach Value Survey* foi posteriormente validada em uma amostra norte-americana e resultou em sete fatores: gratificação imediata vs gratificação deferida, competência vs moralidade religiosa, auto-restrição vs auto-expansão, orientação social vs orientação pessoal, segurança societal vs segurança familiar, respeito vs amor, centrado em si vs centrado nos outros (TAMAYO & PORTO, 2009).

Segundo Schwartz (1992), os valores apresentam cinco características principais:

a) São crenças ligadas a emoções, reagindo a falta ou ameaça a esses valores por um lado, e ficando felizes quando conseguem alcançar aquele valor;
b) Referem-se a objetivos desejáveis que motivam ações por parte dos indivíduos;
c) Os valores são objetivos abstratos que transcendem ações específicas e situações, sendo assim diferentes de normas e atitudes;
d) Os Valores são padrões ou critérios que acabam por guiar a seleção ou a avaliação de ações, políticas, pessoas e eventos;
e) Valores apresentam uma ordem de importância, e cada indivíduo apresenta um sistema próprio de priorização de valores;

No entanto, de acordo com Schwartz et al (2001), tais características não nos informam sobre o conteúdo dos valores, ou seja, quais os diferentes “tipos” de valores, pois pode-se elencar um número praticamente infinito de valores, no entanto, existem razões significativas para o estudo de um número limitado de valores que são reconhecidos em vários grupos humanos e usados para estabelecer prioridades. Além disso, estas características não informariam nada sobre a estrutura de relacionamento entre os diferentes valores, como por exemplo, quais valores são compatíveis ou podem entrar em conflito com outros.

Uma das grandes questões do estudo dos valores é a da frequente discrepância observada entre os valores esposados e as ações (LEFKOWITZ, 2003). Miller (1999) indica que as pessoas tem uma tendência a verbalmente expressar maior aderência a uma norma social, ou um valor, do que é percebido em suas atitudes e comportamentos. Meglino & Raylin (1998) explicam este fenômeno, atribuindo isso ao fato de que muitos valores são socialmente desejáveis, sendo assim existem fortes pressões sociais exercidas no indivíduo para que ele se expresse e confirme estes valores, mesmo que não sejam congruentes com seus valores individuais. Argyris e Schon (1978) destacam a importância de se distinguir valores do discurso e valores que são efetivamente utilizados ou aplicados na prática.

Lefkowitz (2003) afirma que existem duas dimensões, não ortogonais que os valores podem se basear, primeiramente em relação à generalidade ou especificidade pela qual podemos distinguir entre valores gerais e valores mais específicos relevantes a apenas um domínio, como valores familiares, e valores de trabalho. Ou também se pode especificar o nível de análise que pode ser nível individual, ou o nível coletivo, onde os valores comuns de uma sociedade como um todo é considerado.

Os valores gerais normalmente são divididos em valores pessoais e valores sociais, referindo ao foco destes valores. Os valores pessoais estão associados a atributos da própria pessoa, do seu Eu. Já os valores sociais correspondem a objetivos mais amplos, e maneiras de alcançar estes objetivos que envolvem a sociedade. Entre os valores sociais mais estudados estão os relacionados a poder, universalismo, benevolência, tradição, conformidade e segurança (LEFKOWITZ, 2003).

4.3.4 Modelo de Valores Humanos de Schwartz

Segundo Knoppen e Saris (2009), o estudo dos Valores Humanos é vital para a Pesquisa Social Europeia (*European Social Survey – ESS),* que têm como objetivo compreender as mudanças de valores, atitudes, atributos e perfis de comportamento no continente Europeu. Para esta importante pesquisa o modelo de Valores Humanos de Schwartz foi escolhido, pois é um dos modelos mais completos e foi extensamente validado cross-culturalmente (KNOPPEN E SARIS, 2009).

A Escala de Valores Humanos de Schwartz utiliza uma definição de valores como "sendo objetivos desejáveis, transituacionais, que variam em importância e que servem como princípios que guiam a vida das pessoas" (SCHWARTZ, 2001).

No modelo de Schwartz são especificados 10 constructos distintos de valores, derivados de um estudo das necessidades comuns a todos os indivíduos em qualquer sociedade, tendo sido construído de forma progressiva, com um diálogo entre a teoria e a realidade observada (TAMAYO & PORTO, 2009). Segundo Schwartz (1994, p.22) é possível classificar praticamente todos os valores de diferentes culturas, em um destes dez tipos motivacionais.

Schwartz (1994) indica que os dez valores ou tipos motivacionais estão divididos em duas dimensões, a primeira, Abertura à Mudança versus Conservação, contrasta valores de Auto direção e Estimulação com Segurança, Conformidade e Valores tradicionais. Já a segunda dimensão de Auto Transcendência versus Auto Melhoria, contrasta os valores relacionados ao Universalismo e Benevolência com Poder e Motivação a Realização.

Ainda segundo Schwartz (1994) a configuração de valores em mais de 200 amostras, sugere que a estrutura teorizada de valores e suas inter-relações são quase universais. Cada um dos dez valores podem ser caracterizados pela descrição de seu objeto motivacional central (SCHWARTZ et al, 2001), conforme Quadro 15:

Quadro 15: Definição dos dez constructos de valores de Schwartz (2001)

VALORES	DEFINIÇÃO	EXEMPLO DE ITEM
PODER	Status Social e prestigio controle ou domínio sobre pessoas e recursos.	É importante para ela estar no comando e dizer aos demais o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda.
REALIZAÇÃO	Sucesso pessoal através da demonstração de competência de acordo com padrões sociais	Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.
HEDONISMO	Prazer e gratificação sensorial para si mesmo	Ela procura todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer.
ESTIMULAÇÃO	Excitação, novidade e desafio na vida.	Ela gosta de surpresas. É importante para ela ter uma vida emocionante.
AUTODETERMINAÇÃO	Independência de ação e de pensamento, criar, explorar	É importante para ela tomar suas próprias decisões sobre o que faz. Ela gosta de ser livre para planejar e escolher suas atividades
UNIVERSALISMO	Compreensão, apreço, tolerância e proteção do o bem-estar de todos os povos e para a natureza.	Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia. Promover a paz entre todos os grupos no mundo é importante para ela.
BENEVOLÊNCIA	Preservação e melhoria do bem-estar das pessoas com quem se está em contato pessoal frequente	É importante para ela entender às necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles que conhece.
TRADIÇÃO	Respeito, compromisso e aceitação dos costumes e ideias que a cultura tradicional ou religião proporciona.	Ela acha que é importante não querer mais do que se tem. Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm.
CONFORMIDADE	Evitar ações, inclinações e impulsos que possam perturbar ou prejudicar os outros e violar normas ou expectativas sociais.	Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado. Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras, mesmo quando ninguém está observando.
SEGURANÇA	Segurança, harmonia e estabilidade da sociedade, das relações, e de si.	A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.

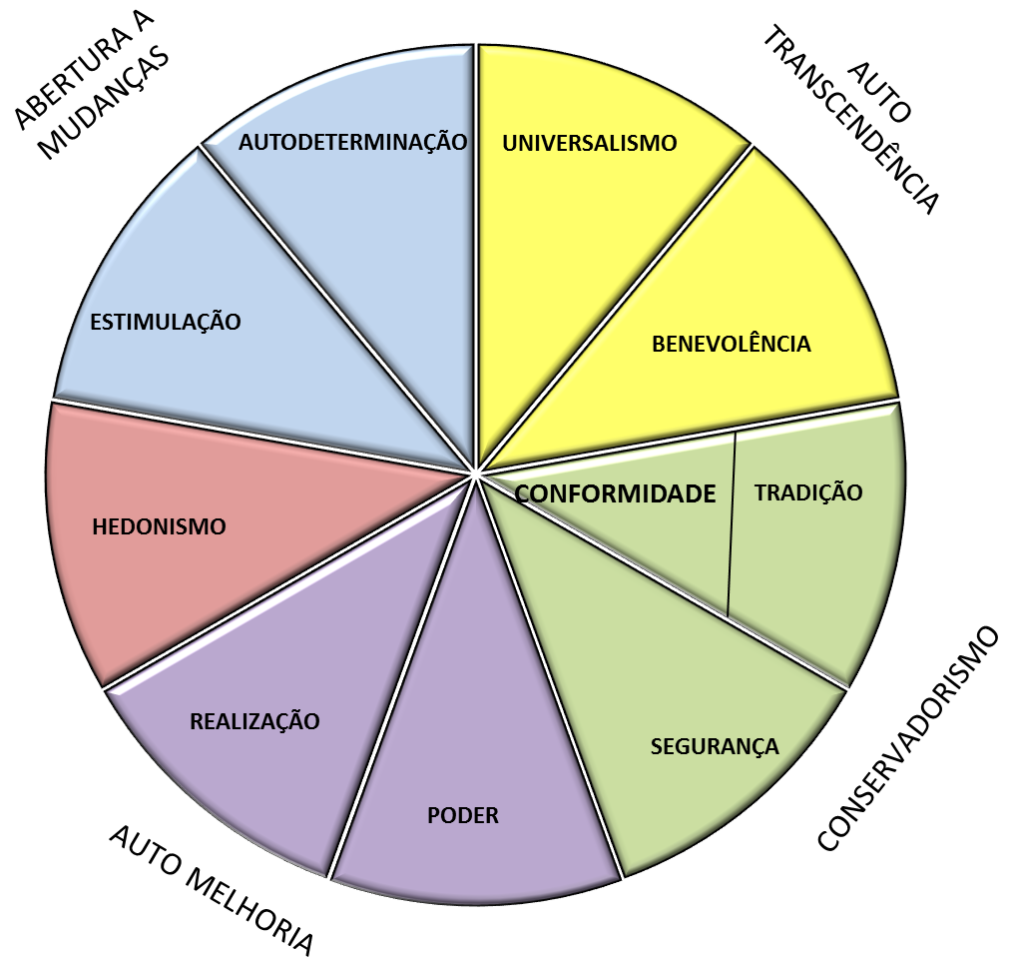
Fonte: Schwartz et al. (2001)

O modelo de Valores Humanos de Schwartz apresenta algumas particularidades, sendo uma das características mais conhecidas a sua estrutura circular. Segundo Schwartz e colaboradores (2001) a estrutura circular indica um padrão de relações de conflito e também de congruência entre os valores, representando um continuo motivacional, sendo assim os valores que estão mais próximos têm motivações próximas e quanto mais distantes, estes valores se tornam mais antagônicos.

Os conflitos e congruências entre os valores configuram uma estrutura integrada de 10 valores ou tipos dimensionais divididos em duas grandes dimensões bipolares: Abertura à mudança versus Conservadorismo, que se opõem a valores de Auto Direção e Estimulação aos valores relacionados à Segurança, Conformidade e Tradição, e Auto Transcendência versus Auto

Melhoria, que opõe valores de poder e realização a valores de universalismo e benevolência (SCHWARTZ,2005). Os valores de hedonismo compartilham elementos de abertura a mudança e auto melhoria (SCHWARTZ et al, 2001), a Figura 11 contém o modelo de Schwartz e representa as relações proposta entre os valores:

Figura 11: Modelo de Valores Humanos de Schwartz



Fonte: Estrutura dos Valores Humanos Schwartz (2005)

Segundo Tamayo e Porto (2009) este modelo foi verificado através de pesquisa transcultural em 67 países utilizando dois instrumentos, o *Schwartz Values Survey* (SVS) e o *Portrait Values Questionnaire* (PVQ). O SVS é parecido com a Escala Rokeach de Valores, pois foram aproveitados alguns itens da escala de Rokeach enquanto outros foram elaborados especificamente para o SVS.

O SVS apresenta uma escala ordinal onde o indivíduo indica qual a importância relativa de cada valor apresentado, como um princípio orientador de sua vida, diferente da RVS que é um tipo

de escala ordinal. A validação inicial da escala SVS no Brasil foi realizada por Tamayo e Schwartz (1993), sendo confirmada a sua validade por vários estudos posteriormente (SCHWARTZ, 2005).

Os dois instrumentos desenvolvidos por Schwartz (2001) para mensuração dos Valores Humanos, o PVQ e o SVS apresentam medidas similares dos dez tipos de valores, apresentando validade convergente e discriminante e mantendo também a mesma hierarquia de valores, independentemente do método de mensuração dos valores (SCHWARTZ, 2001/2005).

Segundo Schwartz e colaboradores (2001) foram dois os motivos principais para o desenvolvimento do Questionário de Perfis de Valores (*Portrait Values Questionnaire)*, primeiramente ele deveria ser mais concreto e cognitivamente menos complexo para ser utilizado em populações onde o SVS não apresentou resultados adequados. Além disso, deveria ser substancialmente diferente do SVS na forma e na maneira de julgamento, para que pudesse ser um teste do conteúdo e estrutura da teoria dos valores.

Neste caso o PVQ contém perfil de 40 pessoas diferentes, que descrevem os objetivos, aspirações ou desejos que de certa forma apontam a importância do valor para o respondente, ou seja, ao se identificar com alguém que “Para ele é importante ser rico, Ele deseja comprar objetos caros”, sugere que o respondente compartilha estes valores.

Sendo assim, o PVQ e o SVS apresentam métodos diferentes para mensurar as prioridades dos valores, primeiramente porque a PVQ mede os valores indiretamente, enquanto o SVS requer uma declaração dos valores de forma autoconsciente. O PVQ mede estes valores com a apresentação de uma pessoa e pede para o respondente indicar de que forma ele/ela é similar a aquele indivíduo. Já o SVS requer que o indivíduo indique qual a importância de uma série de valores como os valores principais.

Além disso, o PVQ utiliza estímulos na forma de pessoas, com seus objetivos, aspirações e desejos, enquanto o SVS requer o uso de valores abstratos, sem contexto. Finalmente o SVS utiliza uma escala numérica de 9 pontos, com valores negativos e positivos, o que pode ser complexo para indivíduos sem boas noções numéricas, enquanto o respondente do PVQ somente necessita marcar o quanto se parece com o perfil, sem recorrer a números (SCHWARTZ et al, 2011). O instrumento foi utilizado em mais de 200 amostras, em mais de

70 países de todos os continentes apoiam a estrutura circular e as relações entre os valores (STEINMETZ et al, 2012).

Apesar de grande evidencia empírica, o *SVS* apresentou alguns problemas, especificamente concentrados em países em desenvolvimento, na África Sub Saariana, Índia, Malásia e áreas rurais, sendo que neste caso a PVQ foi um melhor instrumento, sendo recomendável nestes casos (SCHWARTZ, 2001). Steinmetz, Isidor e Baeuerle (2012) em um estudo meta-analítico encontraram um predomínio de estudos que utilizam o PVQ. De um total de 314 estudos, 76 % usaram o PQV(240), enquanto somente 26 % utilizam o SVS (76).

Além disso, Beierlein e colaboradores (2012) apontam que vários estudos indicam que a PQV é particularmente útil para mensurar valores humanos em contextos que os pesquisadores pretendem explicar atitudes, opiniões ou comportamentos.

4.4 Estudos Comparativos ou Cross-Cultural

É impossível definir com precisão quando se iniciou o interesse por comparações cross-culturais. No entanto, Jahoda e Krewer (1997) ao realizar uma análise histórica sobre estudos comparativos, afirmam que o pensamento Grego Clássico e Romano, dominante na Idade Média, tinha pouco interesse em outros povos, e as diversidades culturais eram frequentemente consideradas como um distanciamento indesejado do único modo de vida considerado verdadeiramente humano e civilizado, o modo de vida greco-romano.

Segundo o conceito grego de humanidade, a realização do plano divino seriam as cidades-estados gregas, ou "polis", e os povos que não vivessem nestes padrões tinham uma imagem desfavorável. Até mesmo o termo *bárbaro*, tem origem no "bar-bar", que é uma imitação do som de línguas estrangeiras para os gregos, interpretadas como ruídos sem sentido. Características negativas como brutos, cruéis, irracionais, desregrados, imorais entre outras, eram frequentemente associadas aos bárbaros. O termo bárbaro definia qualquer indivíduo não grego (JAHODA & KREWER, 1997).

Jahoda e Krewer (1997) indicam que muitas destas características associadas aos bárbaros continuaram durante a Idade Média, através do dogma Cristão, onde a imagem de povos não europeus era pregada como raças monstruosas que viviam nas fronteiras do império de Deus, como pagãos selvagens, vivendo em florestas, nus, como animais, sem nenhum tipo de normas sociais. No entanto, entre o fim da Idade Média e o início do Iluminismo, entre os séculos 15 e 16, importantes mudanças em relação as concepções dominantes sobre os seres humanos, despertaram um novo interesse na diversidade humana. Uma das maiores motivações para o novo interesse foi a onda de contatos com outras civilizações, através de conquistas, descobrimentos e relações mercantis com nações distantes.

Estas informações chegavam muitas vezes através de relatos de viajantes sobre outras formas de vida em outras sociedades, contendo informações relativamente factuais sobre os povos. As iniciativas missionárias aumentaram significativamente a preocupação com outros povos, na tentativa de conversão dos povos à fé cristã, aumentando também o entendimento sobre estas culturas, gerando as primeiras abordagens etnográficas e comparativas para a análise da linguagem, costumes e relações de parentesco (JAHODA & KREWER, 1997).

Assim, os primeiros estudos comparativos ou *cross-culturais* são normalmente atribuídos a duas pesquisas que foram realizadas praticamente de forma simultânea: uma realizada por de Edward B. Tylor, publicada em 1889 (M. EMBER & C. EMBER, 2009) e outra por William Halse Rivers, em sua expedição de Estreito de Torres, em 1898 (FRIEDLMEIER, CHAKKARATH E SCHWARZ, 2005).

Outra pesquisa, de autoria de Francis Galton (1822-1911) também é apontada como uma das precursoras de estudos que comparam diferenças entre indivíduos e grupos culturais ou étnicos. Na obra *Hereditary Genius* de 1869, o autor buscou classificar indivíduos de acordo com seus dons naturais, incluindo dimensões de poder e de aptidões especiais, utilizando premissas sobre a distribuição de habilidades em diferentes povos, como os gregos, anglo-saxões, negros africanos e aborígenes australianos (JAHODA & KREWER, 1997).

No entanto, somente nos anos 1960, o campo de estudos cross-culturais passou a se consolidar como um campo de estudo autônomo. Esta consolidação se refletiu na criação de uma série de periódicos especializados, como por exemplo o *Journal of Social Psicology, International Journal of Psychology*, dedicado a artigos comparativos entre diferentes culturas e países e finalmente o *Journal of Cross-Cultural Psychology* em 1970, seguido por uma considerável quantidade de publicações relacionadas ao tema (JAHODA & KREWER, 1997).

As pesquisas *cross-culturais* são realizadas com o objetivo de descrever fenômenos universais ou diferenças culturais específicas e explicar e prever diferenças através de aspectos gerais, as pesquisas podem então ser diferenciadas de acordo com o seu objetivo de estudar o que é comum ou o que é diferente (FRIEDLMEIER, 2005).

Berry (1989) define duas abordagens distintas na pesquisa cross-cultural: *etic* e *emic*. O *etic* é caracterizado como o processo de comparação de comportamentos ou constructos entre diferentes grupos culturais, pois possuem equivalência nas diferentes culturas. Esta abordagem considera fenômenos ou constructos como sendo universais e não dependentes da cultura onde ocorrem. A abordagem *emic* se refere a processos que visam compreender elementos culturais distintivos de uma cultura, proporcionando o entendimento de padrões normativos de conduta que diretamente influenciam o comportamento destes indivíduos. O modelo é especifico a cultura estudada e não pode ser extrapolado para outras culturas (BERRY, 1989).

Além disso, o elemento estudado deve ser entendido considerando a cultura na qual está inserido. Uma perspectiva *emic* necessita que o pesquisador esteja inserido na cultura ou que a entenda suficientemente bem (BERRY, 1989). Triandis (1994) indica que *etic* devem ser usado para comparações entre países ou culturas, enquanto *emic* deve ser utilizado para entender uma cultura ou um elemento especifico de uma cultura.

Para Brislin (1976) os estudos cross-culturais são pesquisas realizadas com membros de várias culturas que tiveram experiências diversas que conduzem a diferenças previsíveis e significativas no comportamento. A psicologia cross-cultural é definida por Berry e colaboradores (2002, p.3) como:

> *"O estudo de similaridades e diferenças no funcionamento de indivíduos em vários grupos culturais e etno-culturais, de relações entre variáveis psicológicas, socioculturais, ecológicas, biológicas e as mudanças nestas variáveis"*. Berry et al (2002, p.3) (tradução livre)

Segundo Whiting (1968) a pesquisa cross-cultural utiliza dados de vários povos com o intuito de testar hipóteses em relação ao comportamento humano. Dawson (1971) afirma que o objetivo de uma pesquisa cross-cultural é examinar a validade universal das teorias de forma efetiva.

Além da possibilidade de se realizar comparações entre grupos de diferentes culturas, a utilização de estudos *cross-culturais* apresenta como vantagem a maior probabilidade de variação de um determinado fenômeno, podendo representar a diferença entre um estudo útil e um sem utilidade. Isto pode ocorrer pois ao se utilizar dados de uma só região, pode não haver variação suficiente, ou mesmo que houvesse, pode estar concentrada em um lado do espectro do fenômeno e assim, a teoria gerada tende a ser específica demais para ser útil (C. EMBER; M. EMBER, 2009).

Existem diversos pontos de vista em relação à influência da cultura no comportamento e a possibilidade de se realizar estudos ou comparações. Estas posições normalmente estão divididas em três orientações gerais, que diferem na sua abordagem em relação a influência da cultura, sendo chamadas de: Absolutismo, Relativismo e Universalismo (BERRY ET AL, 2002).

Na perspectiva absolutista, a cultura não possui um papel significativo no comportamento ou nas características humanas. Os fenômenos psicológicos seriam basicamente os mesmos independentemente da cultura onde ocorrem. Nesta perspectiva, não existem problemas em relação a comparações *cross-culturais*, podendo ser utilizados os instrumentos já validados em uma cultura, sendo necessária apenas uma tradução para a língua onde será utilizado (no caso de ser diferente), sem que exista preocupação com influências culturais (BERRY et al., 2002).

Já em posição diametralmente oposta, a perspectiva relativista assume que todo o comportamento humano é influenciado pela cultura, as explicações da diversidade humana são baseadas no contexto cultural que estas pessoas se desenvolveram. Nesta visão normalmente se utiliza os valores e significados dados a cada uma das culturas estudadas para um fenômeno, evitando quaisquer rastos de etnocentrismo, julgamento de valor ou de caráter avaliativo. Evita-se descrever, categorizar ou entender os outros de um ponto de vista influenciado por uma cultura externa (BERRY et al, 2002).

As diferenças entre culturas são atribuídas exclusivamente à maneira que os conceitos são entendidos por cada uma das culturas, e estas são interpretadas qualitativamente (M. EMBER & C. EMBER, 2009). Considerando as premissas desta perspectiva os estudos comparativos são evitados, pois são difíceis do ponto de vista metodológico e conceitual, sendo virtualmente impossíveis de serem realizados, pois necessitam de instrumentos desenvolvidos especificamente para cada cultura que o conceito ou fenômeno vai ser estudado (BERRY et. al, 2002).

Finalmente de acordo com Berry e colaboradores (2002) a perspectiva universalista pode ser considerara um ponto comum entre as duas outras abordagens, pois têm como premissa que os processos ou comportamentos são comuns a toda a humanidade (perspectiva absolutista), mas que estes processos recebem uma influência da cultura (perspectiva relativista), sendo uma questão de grau de interferência das variáveis culturais sobre cada comportamento.

Esta abordagem realiza as comparações entre culturas de forma cuidadosa, com metodologias adequadas. Suas interpretações levam em consideração as culturas e os fenômenos, permitindo comparações entre diferentes culturas, ao mesmo tempo verificando as similaridades que seriam universais e as diferenças específicas atribuídas à cultura. No Quadro 16, adaptado de Berry et al. (2002), podemos encontrar uma comparação concisa entre as três abordagens discutidas anteriormente:

Quadro 16: Três abordagens em relação a estudos comparativos cross-culturais

Fatores	Absolutista	Universalista	Relativista
Fatores influenciando o comportamento	Biológicos	Biológicos e Culturais	Cultural
Papel da cultura para explicar o comportamento	Limitado	Substancial	Substancial
Similaridades devido a	Processos básicos comuns	Processos básicos comuns	Normalmente não é pesquisado
Diferenças devido a	Diferenças entre espécies	Interações entre cultura e outros fatores	Influencia Cultural
Emics e Etics	Étic imposto	Etic Derivado	Emic
Definição de conceitos independente do contexto	Diretamente disponível	Difícil de se conseguir	Normalmente impossível
Mensuração de conceitos independente do contexto	Normalmente possível	Frequentemente impossível	Impossível
Procedimentos para avaliação	Instrumentos Padronizados	Instrumentos Adaptados	Instrumentos Locais
Comparação	Direta, frequente e avaliativa.	Controlada, frequente e não avaliativa.	Normalmente evitável, não avaliativa

Fonte: BERRY et al, p.324 (2002)

Segundo Berry e colaboradores (2002), estas três dimensões têm implicações para os conceitos psicológicos e a avaliação de similaridades e diferenças cross-culturais, principalmente da questão de universalidade, que indica a propriedade de um conceito ser adequado para uso em qualquer cultura (TRIANDIS, 1978) ou ser invariável em relação a métodos e culturas.

Van de Vijver e Poortinga (1982) indicam que há um grau de variação dos dados entre grupos culturais em função da similaridade de padrões culturais ou outros fatores entre os grupos, representando um contínuo entre a universalidade de conceitos, variando de conceitos mais universais e outros mais específicos, para diferenciar entre estas posições sobre os conceitos. Van de Vijver e Poortinga (*op. cit*) estabeleceram quatro níveis de universalidade de conceitos:

- **Conceitos Universais –** são conceitos com um alto nível de abstração, que normalmente não tem relação com escala de medida.
- **Universais Fracos –** são conceitos que as medidas já foram validadas em cada cultura estudada.
- **Universais Fortes –** são conceitos que podem ser mensurados através de uma mesma métrica em qualquer cultura.
- **Universais Estritos –** apresentam a mesma distribuição entre escores em todas as culturas pesquisadas.

As pesquisas comparativas não são conduzidas somente por antropólogos, sendo conduzidas atualmente em vários campos do saber, como por exemplo, nas áreas de Biologia, Sociologia, Ciência Política, Economia, Administração, Psicologia, entre vários outros, que podem ou não envolver dados etnográficos, sendo frequentemente baseados em censos e outras estatísticas coletadas a nível nacional como PIB, níveis de emprego, crime, escolaridade, entre inúmeras outras variáveis (C. EMBER & M. EMBER, 2009). Carol Ember & Melvin Ember (2009) indicam que as comparações cross-culturais podem ser classificadas em quatro dimensões:

- **Geográfica –** A amostra é mundial ou limitada a uma área demográfica (cidade, região ou país, por exemplo);
- **Tamanho da Amostra –** pode ser composta por dois casos, pequena escala (menos de 10 casos) e maiores comparações;
- **Tipo de Dados –** dados primários coletados pelo pesquisador, ou dados disponíveis em banco de dados ou outros pesquisadores;
- **Temporal –** identifica se os dados pertencem a uma única data ou período temporal (comparação sincrônica), dois ou mais períodos temporais (comparação diacrônica)

Adicionalmente, C. Ember e M. Ember (2009) defendem que o agrupamento de questões de pesquisa comparativa pode ser feito em quatro grupos principais: descritiva, causal, consequenciais e não direcional:

- **Descritivas –** procuram respostas a questões sobre frequência de determinados traços nas populações.
- **Causais -** buscam responder sobre a causa de determinado traço ou costume dentro de uma cultura.
- **Consequenciais–** refere-se aos efeitos de um costume ou traço sobre outras variáveis;
- **Não Direcionais –** são questões relacionadas a responder se dois ou mais traços estão relacionados ou não, sem indicar qualquer relação de causalidade ou consequência.

Estas quatro classificações pode ser ainda divididas em questões relacionais quando fazem a associação entre traços e outras variáveis ou não relacional, quando esta associação não é questionada; uma questão causal busca explicar pelo menos um traço, com uma variável independente presumida. Já uma questão consequencial conta com uma variável a ser explicada (dependente), mas pode ter ou não uma variável causadora (independente) especificada (C. EMBER & M. EMBER, 2009).

Em relação ao tamanho necessário das amostras, Hofstede (1980) defende que os valores culturais são relativamente estáveis em uma sociedade e por isso não é necessário uma amostra muito grande para realizar estudos comparativos. Por exemplo, no estudo clássico da IBM feito na década de 70 por Hofstede, alguns países possuíam amostras de apenas 70 a 80 indivíduos para representar a cultura nacional daqueles países (Tailândia e Taiwan) (HOFSTEDE, 1999).

Confirmando estas afirmações, um estudo meta-analítico realizado pelos pesquisadores Vas Taras e Piers Steel (2006) envolvendo uma amostra com mais de 500 estudos que utilizaram a escala, o tamanho médio das amostras foi de 253 indivíduos, variando de 4 a 11.386 participantes. Segundo os autores, mesmo o menor estudo que contou somente com quatro indivíduos, embora não seja uma amostra estatisticamente significativa, pode dar novas perspectivas para o entendimento das culturas estudadas sendo comparável a um estudo de caso.

4.5 Atitudes

O conceito de atitude é um dos conceitos fundamentais da Psicologia Social e tem sido definido de múltiplas maneiras, e por diversos autores, desde o início do século passado (EAGLY & CHAIKEN, 1993). Allport (1935) chegou a apontar o conceito de atitude como o conceito mais distintivo e indispensável na Psicologia Social. Oslon e Zanna (1993) também indicam que as atitudes e a mudança de atitude se mantêm como alguns dos tópicos mais pesquisados por psicólogos sociais. Ainda de acordo com Oslon e Zanna (1993) uma das questões mais básicas sobre atitudes se referem à conceituação, pois o conceito é definido em termos de avaliação, afeto, cognição ou pré-disposição para comportamentos em relação a um objeto ou entidade.

Uma das primeiras definições, proposta por Thomas e Znaniecki (1918/1958, p.113) apresenta atitude como "um processo de consciência individual que determina atividades reais ou possíveis do indivíduo no mundo social". Jung (1921/1991, p.395) afirma que atitude é "uma disposição da psique em agir ou reagir de certa maneira". Allport (1935, p.810) define atitude como um estado de preparação mental, organizado através de experiência, que exerce influência dinâmica sobre as respostas individuais aos objetos ou situações com que se relaciona.

Fishbein e Ajzen (1975) ensinam que atitude é uma pré-disposição para responder, seja de forma favorável ou desfavorável, a objetos, pessoas, instituições ou acontecimentos. Fazio (1990) apresenta atitudes como uma associação entre um objeto e uma avaliação relativa a este objeto, fazendo uma distinção entre atitudes fracas e fortes, sendo que as fortes seriam mais rapidamente acessadas da memória e também melhores preditoras do comportamento.

Segundo Robinson et al, (p.17, 1991) atitude é "uma pré-disposição para responder em uma maneira geralmente favorável em relação ao objeto da atitude. Toda a atitude possui um objeto, seja uma pessoa específica, lugar, coisa, atividade, evento, conceito mental, orientação cognitiva, estilo de vida ou mesmo uma combinação destas categorias".

Eagly e Chaiken (1993) defendem que atitude é uma avaliação de uma entidade particular envolvendo um grau de favor ou desfavor, como uma tendência psicológica de avaliar um objeto específico de forma positiva ou negativa. Adicionalmente, Triandis (1997) adota a linha de predisposição comportamental, definindo atitude como um estado de um indivíduo que predispõe uma resposta favorável ou desfavorável a um objeto, pessoa ou ideia.

O conceito de atitude é teoricamente relevante a partir do momento que passa a ser utilizado para descrever, explicar e compreender o comportamento humano (OSLON E ZANNA, 1993). Fishbein e Ajzen (1975) defendem que o comportamento é determinado por crenças, valores e motivações, e afirmam que, embora existam muitas definições de atitude, a maioria dos pesquisadores concordaria que a atitude de um indivíduo representaria sua avaliação e a emoção sobre o objeto em questão.

Oslon e Zanna (1993) também apontam que existe relativo consenso em relação ao conceito de atitude em alguns pontos: primeiramente a avaliação é um aspecto central das atitudes, em segundo lugar as atitudes são representadas na memória e finalmente os antecedentes afetivos, cognitivos e comportamentais podem ser distinguidos assim como as suas consequências.

Chaiken (2001) indica que são duas as funções básicas das atitudes: função cognitiva e instrumental. Estas duas funções, são conhecidas como funções universais. A função cognitiva permite que as pessoas interpretem e entendam percepções que não estejam organizadas. A função instrumental auxilia as pessoas maximizarem as recompensas e minimizarem as punições.

Além das funções universais, outras três funções também foram identificadas. A função de expressiva-valorativa indica que é recompensador para as pessoas manter e expressar atitudes que afirmam seus valores centrais e auto conceitos. A função de ajuste social recompensaria a presença e expressão de atitudes que são agradáveis para outros ou então são coincidentes com os valores de importantes grupos de referência. Finalmente a função defesa assume que ao se possuir ou expressar certas atitudes pode defender o indivíduo e seus grupos de referência de eventos potencialmente perigosos (CHAIKEN, 2001).

Eagly & Chaiken (1993) apontam que as atitudes podem gerar respostas afetivas, como gostar de um objeto, respostas cognitivas, como atribuições para as ações do objeto, e respostas comportamentais, que levariam a ações em relação ao objeto da atitude (Oslon e Zanna, 1993). Esta abordagem é conhecida como visão tripartida da atitude.

A visão tripartida das atitudes, que considera os componentes afetivos, cognitivos e comportamentais, tem sido importante desde o início das pesquisas sobre o conceito de atitude. Este modelo é uma das bases para entender atitudes e seu relacionamento com o comportamento

(MANSTEAD, 2001). Kundu e Rani (2008) exemplificam as três dimensões de atitudes, afetiva, cognitiva e comportamental, da seguinte forma:

- **Afetiva:** O componente afetivo consistindo em sentimentos positivos e negativos que um indivíduo tem sobre um objeto.
- **Cognitiva:** Consiste em crenças e pensamentos sobre um objeto da atitude.
- **Comportamental:** consiste em intenções de comportamento e pré-disposição para se comportar de certa maneira em relação a um objeto.

Atualmente há um entendimento de que estes componentes são correlatos das atitudes, e não necessariamente estão presentes em todas as atitudes. Oslon e Zanna (1993) afirmam que as atitudes podem se basear ou se desenvolver a partir de informações afetivas, cognitivas ou comportamentais. Embora atualmente a relação entre atitudes e comportamento se encontre amplamente validada empiricamente, os primeiros estudos sobre a relação entre atitudes e comportamento apresentaram resultados insatisfatórios (MANSTEAD, 2001).

Um dos estudos mais conhecidos e citados sobre a ausência de relação entre comportamento e atitudes foi realizado por Wicker (1969). O objetivo desta pesquisa foi investigar a relação entre atitude e comportamento, Wicker realizou uma revisão de 47 estudos realizados entre 1934 e 1967 que buscavam explicar comportamentos através das atitudes. Os resultados encontrados indicaram baixas correlações, que dificilmente excediam r=0,30 e muitas das vezes estavam muito próximas de zero, com correlação média de r=0,15, levando o autor e outros estudiosos a concluir que provavelmente as atitudes não estariam relacionadas com o comportamento.

No entanto, pode-se afirmar que o campo de estudo sobre atitudes e comportamento foi transformado pelo artigo de Fishbein e Ajzen (1977) intitulado "*Attitude–Behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research*". Neste artigo os autores revisaram uma série de estudos com o objetivo de verificar se os itens que mensuravam atitudes e comportamentos eram compatíveis. Os resultados indicaram que quando as medidas eram incompatíveis a correlação não apresentava significância estatística, porém todos os 26 estudos que tinham medidas compatíveis apresentaram correlações significativas. Neste artigo clássico os autores desenvolveram dois princípios chave: o princípio de agregação e o princípio de compatibilidade.

O princípio de agregação é uma aplicação direta da relação entre atitude e comportamento. Uma noção bem conhecida em estudos que utilizam medidas psicométricas é que se deve evitar ao máximo a mensuração de qualquer constructo com apenas um item, a não ser que seja um constructo extremamente simples, devido as dificuldades e fragilidades metodológicas dessa abordagem. Um estudo também clássico de DeFleur e Westie (1958 *apud* MANSTEAD, 2001) utilizou uma série de medidas para mensurar a atitude de pessoas brancas em relação a negras, mas somente um item para mensurar o comportamento. Este item perguntava se o participante estaria disposto a ser fotografado com uma pessoa negra do sexo oposto.

O problema de um item como este, está baseado no fato que a negativa poderia ser uma relutância em ser fotografado com qualquer pessoa, ou alguém de outro sexo, por exemplo. Por isso, uma série de itens deveria ser utilizado para mensurar a predisposição em positivamente ou negativamente em relação a um objeto qualquer. Este é o princípio de agregação, que indica que ao agregar uma amostra de comportamentos utilizando uma série de ocasiões, situações e formas de ações permite uma medida mais válida e confiável de uma tendência avaliativa que pode ser traduzida em comportamento. Aplicando este princípio, ou seja utilizando múltiplos itens, é mais simples encontrar correlações entre atitudes e comportamentos (FISHBEIN & AJZEN, 1977; AJZEN, 1985; AJZEN, 1991).

No entanto, Ajzen (1991) indica que o princípio de agregação não explica a variabilidade comportamental em diferentes situações, e tão pouco permite a predição de um comportamento especifico. Segundo o autor, o princípio de agregação tem como objetivo demonstrar que atitudes gerais e traços de personalidade influenciam no comportamento humano, mas a influência somente pode ser verificada quando se observa um conjunto amplo e válido de comportamentos.

A influência destas atitudes em situações específicas seria fortemente atenuada pela presença de outros fatores mais imediatos, ou seja, as atitudes gerais e traços de personalidade somente teriam impacto em comportamentos específicos através de uma influência indireta nos fatores mais diretamente associados ao comportamento (AJZEN, 1991).

O princípio de compatibilidade é uma extensão do princípio anterior, onde o autor faz uma diferenciação entre atitudes e comportamentos gerais e específicos. Este princípio surgiu do entendimento de Ajzen e Fishbein (1977) de que o comportamento não varia somente em relação a ação a ser executada, mas também que o contexto e o horizonte temporal influenciam

o comportamento de forma significativa. Assim, este princípio indica que as medidas de atitudes e comportamento tendem a apresentar uma maior correlação se elas são compatíveis em relação à ação, objeto, contexto e também o horizonte temporal em que a ação vai ser executada, caso contrário, a correlação entre uma atitude e um comportamento tende a ser fraca ou mesmo não significativa (MANSTEAD, 2001).

Robinson e colaboradores (1991) ao construir seu instrumento e a teoria sobre empreendedorismo utilizaram a visão de Ajzen e Fishbein (1997), que afirma que uma atitude influência a avaliação de um indivíduo sobre o assunto ou objeto em questão. Para Robinson et al (1991), atitude seria uma propensão para responder de maneira positiva ou negativa a um objeto da atitude, assim como estas atitudes podem ser modificadas durante o curso de tempo.

O conceito de atitude também é relacionado com o conceito de crenças, mas tem significados adicionais. Embora partilhem de mesma origem, a atitude é relacionada a um sentimento negativo ou positivo relacionado a um objeto, pessoal ou questão, ou seja representa como alguém se sente em relação a algo, enquanto a crença tem uma componente neutro, majoritariamente cognitivo, sem contar com um componente emocional (P.J, PELTO & G.H, PELTO, 1997).

Para Hahn (1973) crenças são proposições sobre o mundo que são tomadas como verdade, e que levam a uma disposição a um comportamento que seja representativo daquela crença. As crenças são formadas ao associar certos atributos a um objeto, ou no caso das crenças em relação a um comportamento, representam crenças em relação aos resultados esperados de um comportamento. Estas crenças são formadas por uma série de experiências diretas ou indiretas, observações, e outros métodos cognitivos (AJZEN,1991).

A Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991) indica que o melhor determinante do comportamento são as crenças ou informações salientes. Sendo possível distinguir três tipos de crenças salientes: crenças comportamentais, que devem influenciar as atitudes em relação a um comportamento, as crenças normativas que são os determinantes das normas subjetivas e as crenças sobre controle que são constituintes das percepções sobre o controle do comportamento.

As crenças comportamentais referem-se a crenças sobre as consequências de se realizar um comportamento, estando ligada à avaliação sobre os resultados, se são favoráveis ou desfavoráveis, caso se execute tal comportamento. As crenças normativas funcionam como

reguladoras dos comportamentos humanos, sendo utilizadas quando o indivíduo deve decidir se realiza ou não um comportamento, verificando até que ponto este comportamento é socialmente desejável. Normalmente a decisão é tomada se está de acordo com entre sua crença sobre a desabilidade deste comportamento no meio social onde está inserido, embora a força desta relação em cada indivíduo e também segundo o tipo de comportamento. O terceiro tipo de crença, conhecido como crenças sobre o controle do comportamento, refletem experiências diretas, observadas e relacionadas ao comportamento, além de outros fatores que podem alterar a percepção sobre a dificuldade de se realizar o comportamento considerado.

Atualmente a abordagem cognitiva ou de processamento de informação é a mais utilizada para explicar a formação das atitudes. Esta abordagem é representada pelo Teoria da Expectativa-Valor de Fishbein e Ajzen (1975), que assegura que as atitudes se desenvolvem através de crenças relacionadas ao objeto da atitude.

Ajzen(1991) afirma que embora as pessoas possuam um grande número de crenças sobre um comportamento, apenas um pequeno número delas é expressa em determinado momento, conhecidos como crenças salientes. São essas crenças acessíveis que determinam a atitude que irá prevalecer frente ao comportamento. No caso do construto comportamental, as consequências são o que motivam o indivíduo a adotar determinado comportamento.

Segundo este modelo as pessoas formariam as crenças em relação ao objeto através da associação com certos atributos. No caso de atitudes em relação a um comportamento, cada crença associa ao comportamento um resultado ou outro atributo conexo à execução deste comportamento. Como os atributos relacionados ao comportamentos já são avaliados, seja positivamente ou negativamente, a atitude em relação ao comportamento já está definida de forma automática e simultânea.

Assim, as pessoas tendem a preferir comportamentos que tem consequências desejáveis, ao mesmo tempo que evitam comportamentos que estão associados com resultados negativos, ou seja, o valor subjetivo do resultado do comportamento contribui para a atitude dependendo da percepção sobre a probabilidade de que o comportamento vai de fato gerar o resultado esperado. A equação abaixo mostra este relacionamento:

$$A = \propto \sum_{i=1}^{n} c_i a_i$$

A fórmula (1) indica que a atitude pessoal (A) é proporcional à importância de cada crença saliente (c) combinada de forma multiplicativa com a avaliação subjetiva (a) de cada uma das (n) crenças sobre o comportamento ou objeto da atitude.

Assim, utilizando a equação acima e combinando os valores observados pode-se obter uma estimativa da atitude, que representa a avaliação de um indivíduo sobre o objeto ou comportamento considerado. Como esta estimativa utiliza as crenças salientes sobre a atitude em relação a um comportamento ou objeto, Fishbein e Azjen(1991) a denominam como uma medida de atitudes baseadas em crenças.

Ajzen (2011) indica que vários estudos meta-analíticos, indicam evidência empírica da relação entre atitudes e comportamentos, mostrando que medidas de atitudes em relação a comportamentos, normas subjetivas e auto eficácia podem prever com certa precisão intenções de comportamento, com correlações entre diferentes comportamentos variando entre 0,45 e 0,60 entre atitudes e intenções.

A relação entre os conceitos de crenças, conhecimento e atitudes pode ser constatada empiricamente na estratégia amplamente empregada nas propagandas de introduzir novas informações como uma maneira de modificar as atitudes das pessoas. O processo de persuasão utilizado em publicidade é normalmente conduzido através da apresentação de informações tais como estatísticas sobre benefícios, custos e riscos como uma maneira de influenciar a visão e opinião das pessoas sobre o produto anunciado, causando uma mudança no comportamento, ou seja, de passar a consumir o produto ou serviço anunciado (P.J, PELTO & G.H, PELTO, 1997).

Os modelos baseados em Teorias de Ação Racional e na Teoria do Comportamento Planejado creem que as atitudes sejam pré-requisitos indiretos para se realizar um comportamento, além disso, o desempenho deste comportamento é determinado pela força da intenção do indivíduo para fazer aquele comportamento, e a intenção seria uma função da atitude do indivíduo em relação a se engajar no comportamento (KUNDU e RANI, 2008).

Desta forma, Ajzen (1991) afirma que normalmente parte-se do pressuposto que intenções possuem a capacidade de capturar os fatores motivacionais que influenciam um comportamento, e que são indicadores de quanto esforço os indivíduos estão dispostos a realizar para executar o comportamento. Além disso, em termos gerais, quanto maior a intenção de realizar um comportamento, maior seria o seu desempenho executando este comportamento.

No entanto, a intenção somente pode se traduzir em intenção se o indivíduo tiver total controle sobre o comportamento. No entanto, a grande maioria dos comportamentos é dependente de outros fatores como existência de oportunidades e recursos como capital, tempo, habilidades, cooperação de outros, entre muitos outros fatores. Estes fatores, coletivamente, representam o controle real sobre o comportamento (AJZEN, 1991).

Assim, a medida que alguém tem acesso as oportunidades e recursos e tem intenção de realizar o comportamento, este indivíduo tem uma grande possibilidade de executa-lo. Ou seja, a execução do comportamento depende ao mesmo tempo da motivação (intenção) e a capacidade (controle sobre o comportamento) (AJZEN, 1991). A grande utilidade do conceito de atitude, segundo Oslon e Zanna(1993) está baseada na suposição de que as atitudes influenciam o comportamento. Assim, um dos principais focos das pesquisas na área é entender as condições que favorecem ou reduzem a consistência entre atitudes e comportamentos.

O conceito de atitudes tem portanto grande aplicabilidade para o empreendedorismo, pois pode ser utilizado para auxiliar a prever e entender o papel das atitudes na atividade empreendedora. Em um estudo objetivando diferenciar empreendedores e não empreendedores utilizando-se de quatro atitudes, Robinson e colaboradores (1991) construíram um instrumento que apresentou medidas psicométricas aceitáveis e poder discriminatório para diferenciar os grupos, conhecido como Escala de Orientação Empreendedora (*Entrepreneurial Attitude Orientation Scale*) tornando-se um dos instrumentos mais utilizados na pesquisa sobre empreendedorismo e atitudes.

Além disso, outras aplicações são possíveis, Thomas e Muller (2000) defendem que uma atitude também pode ser considerada como pensamentos, sentimentos e intenções de comportamento pré-determinados, mas mutáveis, assim sendo, o empreendedorismo pode ser incentivado, através de informações e ações que influenciam as crenças e as atitudes relacionadas a abrir uma nova empresa.

4.5.1 Teoria da Ação Racional

Existem diversos modelos para entender a relação entre atitudes e comportamento. Um dos exemplos mais notáveis é a Teoria da Ação Racional (TAR) de Fishbein & Ajzen (1975), que propõe que as atitudes e normas subjetivas devem se combinar para que determinar as intenções de comportamento, que então explicariam o comportamento em si. Este modelo, juntamente com a Teoria de Comportamento Planejado, estão entre os principais modelos que buscam explicar o relacionamento de atitudes e o comportamento (AJZEN, 1991).

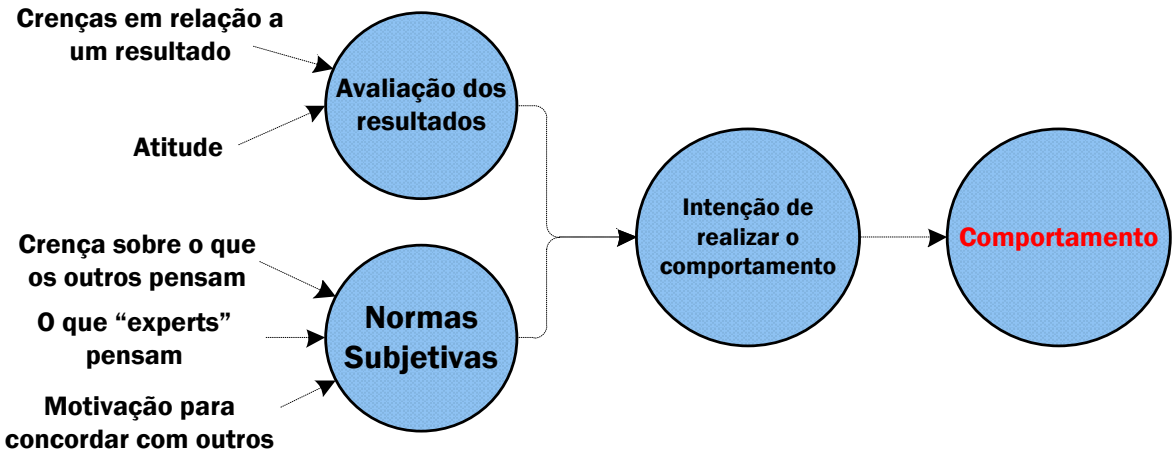
Este modelo reconhece que as atitudes são somente um dos determinantes do comportamento, e coloca a intenção de comportamento como o principal preditor do comportamento. Essa abordagem tem como pressuposto de que o comportamento predito é voluntário, ou seja, podem ser executados ou não executados dependendo da vontade pessoal do indivíduo.

A atitude composta é pela avaliação e crenças do indivíduo sobre o comportamento em termos globais, incluindo as consequências e resultados, baseada na probabilidade de que o comportamento traga resultados positivos ou negativos. O modelo indica que quanto mais positiva são as atitudes em relação ao comportamento, maior será a intenção de se executar este comportamento (FISHBEIN & AJZEN, 1975)**.**

Já as normas subjetivas seriam determinadas por dois fatores: primeiro as crenças normativas, ou seja, a crença do indivíduo que pessoas importantes para ele acreditam que deva executar, ou não executar, um comportamento. O segundo fator seria a inclinação ou motivação pessoal de para agir de com a expectativa de outras pessoas (FISHBEIN & AJZEN, 1975).

As normas subjetivas referem-se a percepção do indivíduo sobre a pressão social para executar (ou não executar) um determinado comportamento. Caso o indivíduo perceba que as pessoas dentro de seu convívio social (amigos, colegas, parentes) apoiam o comportamento, ele se torna mais propenso a agir nesta direção. Por outro lado, se acredita que o comportamento é desaprovado por estas mesmas pessoas, ele tem uma tendência menor a executar este comportamento (AJZEN,1991). A intenção seria então determinada pela atitude em relação ao comportamento e também pelas normas subjetivas. O modelo TAR pode ser visualizado na Figura 12:

Figura 12: Diagrama da Teoria da Ação Racional



Fonte: Adaptado de Fishbein e Ajzen (1980)

Vários estudos têm buscado verificar estimar o desempenho da TAR para a predição do comportamento. Um dos estudos meta-analíticos mais citadas neste sentido foi conduzido por Shepperd e colaboradores (1988) e contou com 87 estudos, obtendo uma correlação múltipla de r=0,66 entre atitude e normas subjetivas e a intenção empreendedora. A intenção empreendedora alcançou uma correlação de r=0,53 com o comportamento. Armitage e Conner (2001) em uma meta-análise com 185 estudos, encontrou uma correlação múltipla de r=0,52, indicando que explicou 27% da variância da intenção.

Ajzen (2001) aponta que para uma grande variedade de estudos que investigam a diversos comportamentos e intenções, a atitude explica mais de 50% da variância das intenções, que por sua vez explicam mais de 30% da variância do comportamento. Esta explicação é significantemente superior à média de 10 % de explicação do comportamento normalmente realizada por medidas de traços ou atitudes, sem o uso de intenções.

Tais resultados indicam que o comportamento pode ser predito com uma razoável precisão se as intenções são utilizadas, ao invés de atitudes, ao passo que as intenções podem ser preditas também com qualidade aceitável se as atitudes em relação ao comportamento e as normas sociais são mensuradas (MANSTEAD, 2001). Por isso, a TAR tem sido amplamente utilizada nas ciências sociais (OSLON & ZANNA, 1993; MANSTEAD, 2001).

É importante notar que cada componente do modelo (atitude e normas subjetivas) tem um papel relativo que pode variar, dependendo do comportamento estudado. Para a grande maioria dos comportamentos as atitudes são os melhores preditores das intenções. As normas subjetivas

foram o último componente adicionado na TAR. Vários autores indicam ser o componente mais fraco (com menor poder preditivo) (ARMITAGE e CONNER, 2001).

No entanto, um estudo de Trafimov e Finlay (1996) *apud* Armitage e Conner (2001) indicou que para 30 diferentes comportamentos, foi possível distinguir entre indivíduos que suas ações são influenciadas pelas atitudes e indivíduos que as ações são melhor explicadas pelas normas subjetivas, sugerindo que as normas sociais podem ser mais importantes para algumas pessoas que teriam uma maior motivação para agir de acordo com o que pensam outras pessoas (*comply motivation*), enquanto para outras esta dimensão não seria tão importante.

Manstead (2001) indica que a TAR possui um escopo mais amplo e importante do que a predição de intenções e do comportamento, pois também é capaz de explicar o comportamento quando específica os determinantes da intenção (atitudes e normas subjetivas) e os fatores que compõem estes determinantes, tais como crenças sobre o comportamento, avaliação de resultados, crenças normativas e motivação em concordar.

Assim, se for possível determinar que os indivíduos que realizam ou tem intenção de realizar um comportamento diferem significativamente em relação as normas sociais, crenças sobre os comportamentos, a avaliação de resultados é possível considerar que os determinantes deste comportamento foram identificados e a partir deste entendimento apreender e explicar o comportamento (MANSTEAD, 2001).

Assim do ponto de vista prático, o modelo TAR ao identificar crenças, avaliações de resultados e normas sociais, permite discriminar os que tem a intenção dos que não tem a intenção, e a desenvolver intervenções que possam ser efetivas em aumentar a intenção e consequentemente o comportamento em uma série de aplicações práticas (MANSTEAD, 2001).

Segundo Oslon e Zanna(1993) a TAR e as teorias derivadas continuam a ser a referência teórica dominante para explicar a relação entre atitude e comportamento, e não só para prever o comportamento em contextos diversos, mas também como referência para comprar novas ideias e teorias na área.

No entanto, Oslon e Zanna (*op.cit*) também indicam que vários autores apresentam críticas à Teoria da Ação Refletida, e uma grande parte das críticas estão associadas ao papel de variáveis externas, como por exemplo, os comportamentos anteriores, que não seriam completamente mediados por componentes atitudinais e normativos do modelo de Fishbein e Ajzen(1975).

Segundo estas críticas a TAR seria mais adequada para entender e predizer comportamentos que requerem um alto grau de análise entre os pros e contras das ações alternativas, em detrimento a entender comportamentos diários ou rotineiros, que teriam um forte componente habitual, sendo muito mais espontâneos e não calculados e ponderados cuidadosamente, mas sim dependentes do hábito, podendo ser altamente predito por comportamentos anteriores.

Oslon e Zanna (1993) utilizam como exemplos de críticas os estudos de Warshaw e Davis (1985) que afirmam que as expectativas de comportamentos são melhores preditores do que as intenções de comportamento, pois as expectativas levam em consideração a probabilidade de sucesso, assim como o estudo de Gordon (1989) que indicou que as expectativas foram melhores preditoras do desempenho acadêmico do que as intenções.

Outra importante crítica citada, é o trabalho de Kendzierski (1990), faz a distinção entre a tomada de decisão e a implementação desta decisão, indicando a importância do planejamento, pois a intenção de realizar exercícios físicos eram mais prováveis de se tornar um comportamento quando os indivíduos planejavam previamente.

Outra crítica, de Liska (1984) indica que somente os comportamentos mais básicos dependem exclusivamente da vontade do indivíduo, pois a grande parte dos comportamentos que são estudados pelas ciências sociais, dependem também de recursos, habilidades e cooperação de outros, em resumo de uma percepção de ter a capacidade de realizar o comportamento, ou seja possuir estes recursos, habilidades ou suporte necessários. Este componente, de percepção sobre o comportamento, foi adicionado em uma revisão da TAR, feita por Ajzen (1985).

4.5.2 Teoria do Comportamento Planejado

Oslon e Zanna (1993) indicam que considerando a variedade de críticas feitas a Teoria da Ação Racional, não é surpreendente que várias alternativas fossem propostas. A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) é uma extensão da TAR criada para superar as limitações do modelo anterior para explicar alguns comportamentos complexos nos quais os indivíduos não possuem controle completo sobre a decisão de executar ou não o comportamento, mas dependem de recursos, habilidades especificas ou cooperação de outros.

Icek Ajzen (1985) apresentou a TCP como uma versão revisada da Teoria da Ação Refletida, que adiciona a dimensão de percepção de controle sobre o comportamento. A TCP pode ser considerada um caso especial da TAR, quanto alguns pressupostos da TAR não estão presentes, principalmente o controle individual sobre a capacidade de executar ou não um dado comportamento. Ou seja, em alguns casos pode-se ter uma atitude positiva em relação ao comportamento, mas se não existirem condições ou recursos para realiza-lo, a intenção tende a ser menor e principalmente a probabilidade desta intenção não se transformar em um comportamento é bem maior.

Nestes casos as atitudes não seriam boas preditoras da intenção e do comportamento. A TAR ao não considerar esta classe de comportamentos, falhava em predizer casos onde o indivíduo não tinha o controle sobre a decisão em realizar ou não o comportamento. A TPC introduz o constructo de controle percebido sobre o comportamento, dentro de um modelo mais geral de relações entre crenças, atitudes, intenções, e comportamento (AJZEN, 1991).

O constructo de percepção de controle sobre o comportamento (PCC) representa a percepção individual sobre qual difícil, ou fácil, é realizar o comportamento, considerando os recursos disponíveis e se ele tem a capacidade de realiza-lo. Assim, quanto mais fácil o indivíduo acredita que é realizar o comportamento, maior a sua percepção de controle sobre o comportamento.

Ajzen (1991) afirma a dimensão de percepção sobre controle do comportamento é muito semelhante ao conceito de auto eficácia de Bandura (1982), que seria uma crença pessoal nas capacidades para desempenhar um determinado comportamento para atingir um resultado. É a fé que um indivíduo tem de poder adquirir ou já possuir os conhecimentos e ferramentas necessárias para realizar algo, mas também a inclui a força de vontade, a crença em seu valor-

próprio (autoestima) e nas suas potencialidades para realizar o comportamento em questão. É importante notar que as ferramentas não necessariamente devam estar presentes, mas sim a crença que o indivíduo pode desprender esforços no sentido de as obter se necessário.

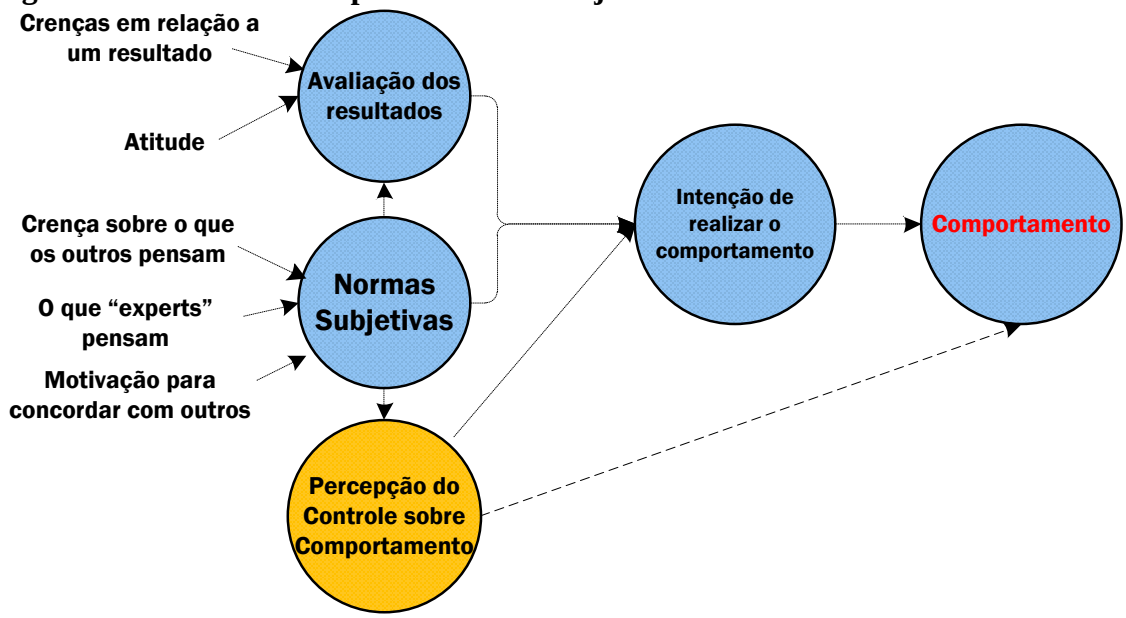
Assim, a auto eficácia influenciaria a escolha de atividades, a preparação, o esforço desprendido durante a execução, assim como padrões de pensamento e reações emocionais. Os indivíduos em geral contam com uma maior disposição em realizar comportamentos quando acreditam em sua capacidade de executa-los (BANDURA, 1982). Muito do conhecimento acerca do papel da percepção sobre o controle do comportamento foi baseada na pesquisa de Bandura, que mostrou que o comportamento das pessoas é fortemente influenciado pela auto confiança em realizar o comportamento.

Ajzen (1991) chama atenção para uma importante diferenciação entre este conceito e a conceituação de lócus de controle, pois enquanto o lócus de controle é uma expectativa relativamente estável, a percepção sobre o controle do comportamento varia conforme as situações e ações. Ou seja, embora um indivíduo possa acreditar que em geral os resultados que obtém são determinados por seu comportamento, isto é, possua um lócus de controle interno, pode ao mesmo tempo acreditar que as suas chances são pequenas de ser, por exemplo, um astronauta, apresentando assim uma baixa percepção de controle neste caso, mesmo apresentando um *lócus de controle* predominantemente interno (AJZEN, 1991).

Isto é, o lócus de controle é uma característica individual geral, enquanto a percepção de controle seria uma avaliação específica sobre cada comportamento, se o indivíduo acredita que tem condições de realizar o comportamento, se assim desejar.

A percepção de controle é baseada em crenças sobre a percepção de controle, que por sua vez refletem experiências diretas, observadas e relacionadas ao comportamento, além de outros fatores que podem alterar a percepção sobre a dificuldade de se executar o comportamento (AJZEN, 1985). O modelo de Ajzen (1991) para a TCP, que além dos preditores presentes no modelo da TAR adiciona um terceiro preditor das intenções, a percepção do controle sobre o comportamento, pode ser vista na Figura 13:

Figura 13: Teoria do Comportamento Planejado



Fonte: Adaptado de Ajzen (1985)

Ajzen (2011) indica que segundo a Teoria do Comportamento Planejado, a ação humana é influenciada por três diferentes fatores, uma avaliação positiva ou negativa de um comportamento (atitudes), a pressão social para realizar ou não o comportamento (normas subjetivas) e a percepção sobre a capacidade de se executar o comportamento (auto eficácia ou percepção do controle sobre o comportamento).

Assim, quando são combinadas as atitudes, as normas e a percepção de controle e capacidade de se realizar o comportamento, uma melhor predição da intenção de comportamento é possível. Ajzen (2011) afirma que, em geral, quanto mais favoráveis forem as atitudes e as normas subjetivas, mais provável é que se estabeleça uma intenção de comportamento, no entanto, a importância relativa de cada um dos componentes vária de comportamento para comportamento, assim como de população para população. É importante notar que a percepção de controle sobre o comportamento (PCC) está relacionada ao comportamento de duas maneiras distintas. Indiretamente através do impacto nas intenções e também diretamente influenciando o comportamento.

Por isso, Ajzen (1991) explica que a PCC pode ter um papel duplo na predição dos resultados de um comportamento. Em primeiro lugar, quando a magnitude das intenções são comparáveis, o ânimo para se realizar um comportamento tende a ser maior quando se têm uma maior percepção do controle sobre o comportamento. Em segundo lugar, a percepção de controle pode

muitas das vezes ser um *proxy*, ou seja, uma boa estimativa, sobre o controle real sobre o comportamento que o indivíduo possui. Assim, quando alguém tem uma intenção e não consegue realizar um comportamento, esta falha pode ser atribuída à falta de controle real sobre o comportamento, que é estimado pela PCC, embora não seja igual.

Assim, quanto mais precisa for a auto percepção de controle sobre o comportamento, melhor o modelo pode explicar o comportamento. Ou seja, a percepção de controle somente pode auxiliar na predição do comportamento se o indivíduo tem experiência e discernimento suficientes para apontar se tem ou não controle efetivo sobre o comportamento (AJZEN, 1991).

Adicionalmente, Ajzen(1991) indica que outros fatores influenciam o poder preditivo da PCC. A magnitude desta relação depende do tipo de comportamento e da natureza da situação, pois quando as atitudes são fortes ou as normas sociais têm um papel determinante, o PCC pode adicionar pouco à explicação da relação entre atitudes, intenção e comportamento. A TCP tende a funcionar melhor que a TAR à medida que o comportamento envolve decisões que não dependem somente da vontade de se executar, tem como requisitos a capacidade de executar este comportamento, e esta capacidade pode não estar presente, mesmo com atitudes positivas.

Várias pesquisas foram realizadas com o intuito de comparar as duas teorias (TAR e TCP) em relação a seu valor preditivo do comportamento. Os resultados apresentaram-se inconclusivos, embora a maioria apoie a ideia de que a teoria da ação planejada, com mais um componente, tenha certa vantagem preditiva em relação ao modelo anterior de ação racional (Oslon e Zanna, 1993).

Ajzen (1991) indica que em todos os estudos analisados o uso da dimensão de percepção de controle de comportamento, melhorou os modelos que utilizavam o modelo TAR. Godin e Kok (1996) também apresentam as mesmas conclusões ao analisar 54 estudos utilizando a TCP na área de comportamentos de saúde, segundo os autores a adição da percepção de controle sobre o comportamento contribuiu com uma explicação de 13% da variância das intenções e 12% da variância do comportamento.

Aritage e Conner (2001) também indicam que a adição da percepção de controle pode auxiliar a predição das intenções e o comportamento. A meta-análise realizada pelos autores, com 185 estudos até publicados até 1997 indicou que a variável de percepção de controle adiciona em média 6% adicionar de predição em relação a modelos baseados na TAR (atitudes e normas

subjetivas). Manstead (2001) concluí que para a maioria dos comportamentos estudados pelas ciências sociais o modelo TCP é superior ao TRA para prever comportamentos.

No entanto, Ajzen (1991), indica que para existir uma predição razoável do comportamento usando o modelo TCP, três condições devem estar presentes. Primeiramente, as medidas de percepção de controle devem corresponder ou serem compatíveis com o comportamento que se objetiva predizer, ou seja, as medidas devem ser especificas nos dois casos, utilizando os mesmos contextos para que sejam comparáveis.

Em segundo lugar, as intenções e a percepção de controle sobre o comportamento devem ser estáveis no intervalo entre a sua mensuração e a observação do comportamento, pois eventos que intervenham nestes constructos podem alterar e diminuir a capacidade de predição do comportamento utilizando este modelo.

Finalmente, o terceiro requisito é que a dimensão de percepção de controle sobre o comportamento deve ser precisa, e representar de certa forma o controle real sobre o comportamento. No entanto, a percepção de controle pode não ser realística quando existe pouca informação sobre o comportamento, quando recursos ou requisitos foram modificados, ou outros elementos foram adicionados. Nestas condições a percepção de comportamento tende a adicionar pouco poder preditivo ao modelo TAR (AJZEN,1991).

4.5.3 Modelo MODE

O modelo MODE (**M**otivation and **O**pportunities as **DE**terminants of Attitude-Behavior Relation – motivação e oportunidades como determinantes da relação entre as atitudes e comportamento) foi desenvolvido por Fazio (1990) para auxiliar na compreensão entre o processo pelo qual as atitudes influenciam o comportamento humano, divididos em dois tipos de processos: processos espontâneos relacionados a percepção da situação imediata, e processos deliberados. Uma característica importante deste modelo é a sugestão de que as atitudes podem provocar um comportamento mesmo quando o indivíduo não reflete ativamente e delibera sobre a atitude, diferente do modelo da Teoria da Ação Refletida de Ajzen e Fishbein (1975) e da Teoria Ação Planejada de Ajzen(1991).

A chave para entender a diferença entre os processos reside no conceito de força das atitudes, que estaria disposta em um contínuo. As atitudes mais fortes seriam mais estáveis, recuperadas da memória com uma maior rapidez (menor latência), mais associadas ao objeto que provoca a atitude, e ativadas automaticamente através de uma observação ou menção verbal do objeto da atitude. Estas atitudes seriam também mais resistentes a tentativas de mudança por outros, via persuasão, e também possuiriam um poder maior de prever o comportamento.

Enquanto as atitudes ditas fracas ou “falta de atitude” representariam uma falta de associação avaliativa do objeto, uma indiferença ou uma neutralidade em que não desperta avaliações positivas ou negativas, e portanto não apresentariam uma representação relevante da atitude na memória.

O modelo indica que em alguns comportamentos ou situações, a atitude pode determinar o comportamento em uma maneira espontânea, sem que seja necessário uma avaliação constante das atitudes relevantes e também sem a necessidade de que o indivíduo entenda ou perceba a influência destas atitudes, pois as atitudes podem ser ativadas da memória automaticamente quando se defronta com o objeto da atitude.

Este processo pode ser construído de forma direta, com uma avaliação imediata, quase inconsciente, ou de forma indireta, quando as atitudes tem o papel de criar um viés que afetam a percepção sobre a qualidade ou desejabilidade do objeto avaliado. Assim, quando uma atitude é forte o bastante para ser ativada automaticamente assim que se entra em contato com o objeto da atitude, o processo de comportamento flui diretamente da atitude, não sendo regido por processos mais complexos e controlados. Neste caso, atitudes mais fortes ou mais acessíveis

também proporcionam uma relação mais direta e previsível da relação entre a atitude e o comportamento, sendo automaticamente ativadas, mudando a percepção sobre a situação e então predizendo satisfatoriamente o comportamento.

No entanto, existem processos que são mais analisados ou deliberados antes de um comportamento aconteça. Estes processos são influenciados em menor parte pela avaliação do objeto em si, e mais por uma comparação entre uma série de comportamentos alternativos e seus custos, vantagens, desvantagens e resultados esperados. Assim, o modelo MODE tenta explicar quando uma espécie de processo (automático) tem precedência por um processo mais deliberativo (e vice-versa), e quais fatores poderiam determinar o uso de uma ou outra estratégia para se avaliar se um comportamento deve ser executado ou não.

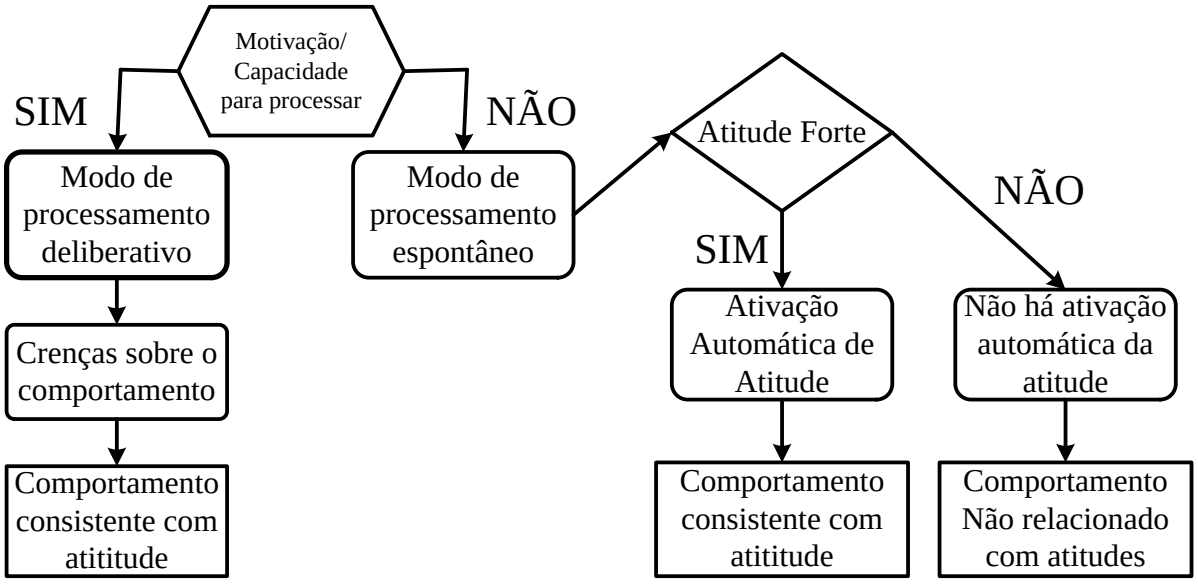
Quando o indivíduo executa um processo mais deliberativo, o papel de uma força motivadora é imprescindível para induzir a analisar o processo. O modelo MODE indica um série de fatores motivacionais que acabam por levar a uma análise mais cuidadosa das opções de comportamento, no entanto o motivo de ser correto, ou seja, chegar a decisões válidas parece ser o mais preponderante.

Outro importante fator que determina uma maior ou menor motivação é a importância da decisão sobre o comportamento, ou seja, quanto maiores os custos de se realizar uma má decisão, maior a tendência que o indivíduo tem de seguir um processo mais racionalizado e deliberado, enquanto o contrário também é verdadeiro, ou seja, comportamentos menos “importantes” ou seja, sem consequências consideráveis, tendem a serem executados de forma mais espontânea.

No entanto, o modelo indica que a motivação não é a única responsável para explicar o comportamento, pois para que uma motivação possa gerar um comportamento, deve haver uma oportunidade para que esta motivação supere a influência das atitudes sobre o comportamento. Esta oportunidade pode por exemplo, o tempo necessário para se considerar as alternativas e processar as informações, como também outros fatores que afetam a capacidade de processar informações, como por exemplo distração, fadiga, entre vários outros. Ou seja, situações nas quais seja requerido que a resposta comportamental seja rápida, podem impedir que o indivíduo racionalize adequadamente sobre o comportamento e então aja de forma espontânea.

Assim, de acordo com o modelo, a motivação e a oportunidade determinam se o processo que vai da atitude ao comportamento é mais espontâneo/automático ou mais deliberativo e calculado. Um processo mais deliberativo requer que estejam presentes tanto a motivação quanto a oportunidade. Um resumo do modelo pode ser encontrado na Figura 14:

Figura 14: Modelo MODE de Relacionamento Atitude-Comportamento



Fonte: Adaptado de Notas de Aula de Ajzen (2000) (http://courses.umass.edu/psyc661/ppt/05.attitudes.a&b.pptx)

Sanbonmatsu e Fazio (1990) descobriram em um experimento realizado sobre a comparação entre duas lojas de câmeras fotográficas que quando os participantes decidiam sobre duas alternativas apresentadas eles somente buscaram informações especificas da memória (crenças sobre as alternativas) quando não existia motivação para ter a melhor resposta (não precisavam justificar suas respostas) e quando tinham que responder rapidamente (pressão de tempo).

No entanto, quando os participantes tinham um motivo para considerar o comportamento (teriam que justificar a escolha) e também quando não tinham pressão de tempo para decidir, ou seja, tinham a motivação e condições para analisar o comportamento eles tendiam a tomar uma decisão mais deliberada.

Na prática o modelo MODE indica que quando se há motivações suficientes e possibilidade de se deliberar cuidadosamente, os participantes utilizam as informações para tomar melhores decisões, mas quando estes componentes não estão presentes (motivação, capacidade/possibilidade de deliberação) as decisões são feitas de acordo com suas atitude acessíveis e não utilizam as informações recebidas.

4.5.4 Atitudes, Intencionalidade e Intenção Empreendedora

O conceito de intencionalidade e racionalidade são relacionados, pois a racionalidade tem como pressuposto a intencionalidade. O conceito de intencionalidade é central no contexto das teorias de ação, que buscam explicar o comportamento humano. (SCHNÄDELBACH, 2001). A intencionalidade está relacionado a capacidade da mente humana de apresentar estados mentais relacionados a objetos presentes no ambiente. A racionalidade é um complemento da intenção, pois permite que um indivíduo possa se comportar de acordo com suas intenções, ou seja como ele percebe o mundo, de acordo com suas crenças, e como acredita que o mundo deveria ser, isto é, seus desejos (BRADDON-MITCHELL, 2001).

Acredita-se que o termo intenção, *intentio* no Latim medieval, tem origem no termo Árabe maʿnā, que significa literalmente significado ou pensamento. Inicialmente *intentio* foi utilizado como um termo genérico para conceitos e ideias, embora existisse uma importante distinção: o *intentio prima* e o *intentio secunda*. O primeiro termo era aplicado para coisas e fatos, enquanto o segundo tinha outras *intentiones* como objeto, sendo assim pensamentos sobre outros pensamentos (BRADDON-MITCHELL, 2001).

Brentano, em 1874 acreditava que a intencionalidade era uma característica básica da consciência, criando o conceito de atos conscientes. Weber (1974) também se preocupou em diferenciar o comportamento simples de ações com um significado subjetivo, ou seja ações que os indivíduos atribuem seus próprios significados (BRADDON-MITCHELL, 2001). Segundo Ajzen (1991) as intenções capturaram os fatores motivacionais que influenciam um comportamento e indicam qual o grau de esforço que um indivíduo pretende exercer para realizar o comportamento em questão.

O dicionário Houaiss (2004) define intenção como “aquilo que se pretende fazer; propósito, plano ou ideia”. No caso do empreendedorismo, a intenção de criar uma empresa está relacionada com as atitudes relacionadas à ao desejo e possibilidade de abrir uma empresa.

Krueger, Reilly e Carsrud (2000) apontam que a decisão de se tornar empreendedor é voluntária e consciente, sendo também uma decisão planejada, portanto passível de ser predita e entendida por modelos de intenção. Vários estudos têm indicado que as intenções são os melhores preditores dos comportamentos planejados, especialmente quando este comportamento é raro, difícil de observar e ocorre em um espaço de tempo dito contínuo. Estes fatores tornam os

modelos baseados em intenções ideais para prever comportamentos como a criação de novas empresas, pois oferecem um arcabouço teórico coerente, parcimonioso, generalizável e robusto para entender e predizer estes comportamentos.

Dada a grande importância de se entender e explicar o comportamento empreendedor uma infinidade de modelos foi criada com este objetivo. Guerreiro e colaboradores (2008) apontam os modelos de Modelo de Evento Empreendedor de Shapero (1982), modelos derivados da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), a Atitude em Relação a Orientação Empreendedora de Robinson, Stimpson, Huefner e Hunt (1991), o Modelo Básico de Intenção de Krueger e Carsrud (1993), o Modelo de Potencial Empreendedor de Krueger e Brazeal (1994) e o modelo Davidsson (1995) como os principais modelos desenvolvidos durante os anos 1980 e 1990 para predizer o empreendedorismo.

O primeiro modelo, o modelo de Evento Empreendedor (SHAPIRO,1982), considera a criação de um negócio como um evento que pode ser explicado através da interação de iniciativas, habilidades, gestão, autonomia e risco, onde a escolha pessoal dependeria de três fatores: a percepção que o evento seria desejável, a propensão em agir e finalmente a percepção de viabilidade de abrir um negócio (GUERREIRO *et al*, 2008).

A Teoria do Comportamento Planejamento de Azjen (1991) indica que os comportamentos conscientes são planejados, e que podem ser preditos, sabendo-se a intenção de executar o comportamento. Como é um modelo genérico de intenção comportamental, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) foi utilizada para a construção de uma série de instrumentos para predizer a intenção empreendedora (e.g. LIÑÁN & CHEN, 2009, THOMPSON, 2009; ENGLE ET AL, 2010).

Segundo Engle e colaboradores (2010) a TCP oferece uma abordagem teórica coerente e aplicável que permite entender e predizer a intenção empreendedora não só utilizando fatores pessoais, mas também fatores sociais. Os modelos derivados da TCP, apresentam extensiva evidência empírica de sua validade.

Engle e colaboradores (*op. cit.*), operacionalizam o modelo de Ajzen (1991), desenvolvendo um questionário composto de escalas previamente validadas, aplicando 1748 questionários em estudantes de 12 países. Os resultados indicaram que o modelo foi capaz de predizer

satisfatoriamente a intenção empreendedora nas diferentes culturas, embora com contribuições diferentes, de cada uma das dimensões na predição da intenção empreendedora.

Outra operacionalização foi realizada por Liñán & Chen (2009) com a construção do Questionário de Intenção Empreendedora(QIE), testado e validado em uma amostra de 519 estudantes de dois países Espanha e Taiwan, utilizando os componentes de normas subjetivas, intenção empreendedora, percepção de controle sobre o comportamento e atitudes em relação ao empreendedorismo.

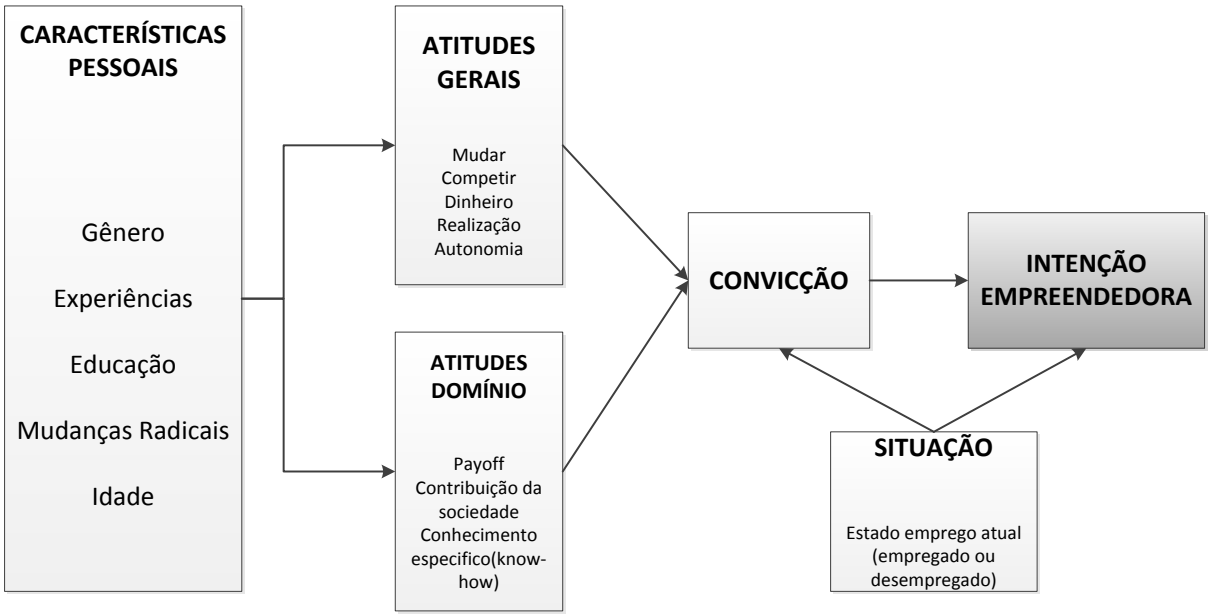
Baseando-se em outra abordagem, Robinson e colaboradores (1991) criaram a *Entrepreneurial Attitude Orientation Scale*, que se tornou um dos instrumentos mais utilizados para identificar potenciais empreendedores. Segundo Shetty (2004), o desenvolvimento da Escala de Atitude de Orientação Empreendedora (EAOE) utilizou as teorias da Atitude e de Empreendedorismo, utilizando o modelo tripartido para mensurar a atitude nos componentes afetivo, comportamental e cognitivo.

Para mensuração do empreendedorismo foram adicionadas quatro sub-escalas: motivação à realização, inovação, controle pessoal e percepção de autoestima, com a combinação destas dimensões, foi então criada uma escala que apresentou evidencias de seu poder discriminante para empreendedores e não empreendedores. (ROBINSON ET AL, 1991).

Posteriormente, Krueger, Reilly e Carsrud (2000) buscaram compreender o relacionamento entre atitudes e intenções empreendedoras, usando uma escala que permitiria uma grande flexibilidade na análises de influências externas, atitudes e também intenções. Assim, segundo este modelo a decisão de iniciar um novo negócio seria um processo intencional que pode ser influenciado por atitudes e comportamento.

Finalmente, o **Modelo Davidsson** congrega um conjunto de fatores econômicos e psicológicos que supostamente influenciariam as intenções individuais de constituir uma empresa. O modelo está representado na Figura 15:

Figura 15: Modelo Econômico-psicológico de Intenção Empreendedora



Fonte: Adaptado de Davidsson (1995, p.5)

O modelo de Davidsson (1995) também indica que a convicção do indivíduo de que a carreira de empreendedor é uma alternativa interessante é um determinante poderoso para a intenção empreendedora. Outra variável, a situação de emprego, também é levada em conta neste modelo, pois vários estudos indicam que o desemprego está ligado a formação de novas empresas. Davidsson (*op.cit*) indica que quase 30% dos indivíduos que iniciaram negócios na Suécia o fizeram para evitar o desemprego.

No modelo dois tipos de atitudes são utilizados: atitudes gerais que tem sido associadas ao empreendedorismo, tais como a propensão à mudança, a competitividade, orientação ao dinheiro, realização e autonomia. O segundo tipo de atitudes seriam as atitudes relacionadas ao empreendedorismo, como por exemplo o resultados esperados de se abrir uma empresa, a percepção sobre a contribuição social da atividade empreendedora e o know-how disponível sobre o processo de se iniciar um negócio. Neste modelo os dois grupos de atitudes, seriam afetadas por uma série de variáveis relacionadas ao ambiente e condições do indivíduo, tais como gênero, experiências, nível educacional e idade.

Embora todos estes modelos tenham sua importância, Fishbein e Ajzen (1975) e Ajzen(2001) indicam que as intenções são os melhores preditoras dos comportamentos planejados. As abordagens baseadas na TCP são ideais para prever a criação de novas empresas, pois oferecem

um arcabouço teórico coerente, parcimonioso, generalizável e robusto para entender e predizer estes comportamentos (KRUEGER, REILLY & CARSRUD, 2008).

A importância de modelos baseadas em intenções para explicar o empreendedorismo tende a ser maior quando se considera que modelos alternativos que utilizam traços psicológicos, características demográficas ou educacionais têm sistematicamente apresentado um baixo poder preditivo. Robinson e colaboradores (1991) indicam que o uso de atitudes para prever o comportamento empreendedor pode ser mais proveitoso do que a busca de traços de personalidade ou dados demográficos para prever ações empreendedoras.

Para Robinson et al (1991) existem várias desvantagens em utilizar a abordagem de personalidade ou traços psicológicos, pois tais metodologias de pesquisa não foram feitas especificamente para medir o empreendedorismo, pois as teorias de personalidade são utilizadas em espectro amplo de situações para medir tendências gerais, além disso, os instrumentos utilizados para medir o mesmo conceito ou traço, normalmente não se correlacionam entre si, indicando problemas de validade.

A abordagem demográfica, também apresentaria problemas, para mensurar a atitude empreendedora, pois teria uma tendência de generalizar os grupos individuais em relação a população. Um estudo conduzido por Cowling (2000) indicou que embora a idade, gênero e educação estiveram estatisticamente associados ao empreendedorismo, a natureza e o relacionamento entre as variáveis variou consideravelmente entre diferentes países, não sendo possível encontrar um fator comum aos empreendedores entre os países pesquisados.

Rychlak (1981) fez uma observação pertinente ao apontar que as ações não são influenciadas por características demográficas, mas sim por reações especificas em relação a algumas situações, como atitudes em relação a um objeto ou comportamento. Thomas e Muller (2000) também defendem o uso de atitudes para entender o comportamento, pois as atitudes estão mais relacionadas ao comportamento do que os traços psicológicos, desta forma a variância não explicada do comportamento empreendedor seria menor, pois a correlação entre atitudes empreendedoras e ações empreendedoras seriam mais fortes.

Kundu e Rani (2008) apontam que o uso de modelos cognitivos de atitude na pesquisa sobre empreendedorismo tende a explicar melhor a variância de uma série de comportamentos do que disposições pessoais ou instrumentos baseados em traços.

Outra vantagem em se utilizar a abordagem de atitudes ao invés de traços é que as atitudes são mais facilmente mutáveis do que os traços de personalidade (Robinson, et al., 1991). Thomas e Muller (2000) concluem que seria mais viável modificar as atitudes deliberadamente do que as características pessoais em relação ao empreendedorismo, sendo assim imprescindível entender as atitudes e se necessário modifica-las para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Os modelos que utilizam a intenção em conjunto com as atitudes conseguem melhores no que tange a predição de comportamentos. Krueger, Reilly e Carsrud (2000) indicam que a melhor predição de qualquer comportamento planejado é realizada pela observação das intenções e não o uso de atitudes, crenças, personalidade ou outros dados demográficos. Para os autores a abordagem de intenções seria particularmente útil quando o fenômeno predito é mais raro, obscuro ou possui um lag temporal, como o empreendedorismo.

Shook e colaboradores (2003) definem o evento empreendedor como um processo de quatro fases, que se inicia com a intenção empreendedora, avança para a busca de oportunidades viáveis de negócio, sendo seguidos por uma fase de decisão, onde as oportunidades são avaliadas, e finalizando com a execução das atividades efetivas que permitem a criação de uma empresa.

Thompson (2009) aponta a intenção empreendedora como um dos conceitos mais fundamentais e constantemente utilizados na pesquisa sobre o empreendedorismo. Liñán e Chen (2009), asseguram que a intenção empreendedora é o passo inicial para o processo de constituição de um empresa. Portanto, modelos baseados em intenção oferecem uma oportunidade de entender melhor o empreendedorismo, principalmente através do estudo conjunto de atitudes e valores. Os valores tendem a influenciar diretamente os antecedentes da intenção, como as atitudes, as percepções de controle de comportamento e também as normas sociais.

Davidson (1995) aponta vantagens adicionais em estudar as intenções empreendedoras ao invés de se realizar comparações entre indivíduos empreendedores e não empreendedores, pois o grupo de empreendedores é relativamente reduzido e os fatores que levam um indivíduo a abrir uma empresa podem estar manifestos em outros comportamentos, sendo impossível predizer de forma precisa os fatores que de fato levaram ao comportamento empreendedor. Outra dificuldade na comparação de características entre empreendedores e não empreendedores é a

dificuldade de distinguir entre características presentes antes do evento empreendedor e as que surgiram como consequência de ser empreendedor.

Neste sentido, Krueger et al (2000) afirmam que a decisão de se tornar empreendedor não é necessariamente tomada após a descoberta de uma oportunidade, pois também pode ocorrer anteriormente, isto é, o indivíduo pode ter o propósito de se tornar um empreendedor e partir desta decisão buscar oportunidades disponíveis.

Embora uma grande quantidade de modelos para explicar a intenção empreendedora tenha sido desenvolvida, Thompson (2009) indica não existir uma abordagem uniforme para definir e mensurar a intenção empreendedora, pois o termo tem sido empregado para cobrir uma série de conceitos próximos semanticamente, mas diversos, tais como: orientação de carreira, aspirações vocacionais, novos empreendedores, possibilidades de possuir auto emprego e também o desejo de ter um negócio próprio. O uso aparentemente comum dos termos "intenção" e "empreendedor" fez com vários autores considerassem o termo claro o bastante para não necessitar de uma definição formal, o que tornou o termo vago e impreciso em muitas pesquisas.

Esta dificuldade em definir o que seria intenção empreendedora e posteriormente mensurar o constructo de intenção empreendedora, tem dificultado a identificação de cognições, traços psicológicos, circunstâncias e outras condições associadas com o empreendedorismo. Liñán & Chen (2009) indicam que a grande maioria dos instrumentos de pesquisa utilizados para mensurar a intenção empreendedora foram criados de forma *ad-hoc*, sem preocupações com validade e testes de qualidade psicométricas, dificultando a comparação entre os achados em diversos estudos. Esta limitação motivou a criação do Questionário de Intenção Empreendedora, com os componentes atitudinais, de apoio social, percepção de controle e intenção empreendedora, que foi validado e replicado em diversas pesquisas.

Thompson (2009) identificou as mesmas limitações e propôs um outro instrumento de medida de intenção empreendedora utilizando uma série de 6 itens que mediriam o espectro de comportamentos e atitudes relacionadas a intenção empreendedora (aprender sobre iniciar uma empresa, determinação e com objetivo de iniciar uma nova empresa), realizando um extensivo trabalho de validação deste instrumento.

A intenção empreendedora pode ser considerada como o estágio inicial no processo de criação de uma empresa, ou também uma definição pessoal do objetivo de se tornar um empreendedor, aliado a um plano para alcançar este objetivo. Shook et al. (2003) conceituam a intenção empreendedora como um estado consciente da mente que precede a ação e que a direciona para o objetivo de se criar um negócio.

Thompson (2009) define a intenção empreendedora como uma convicção própria de um indivíduo de que possui a intenção de abrir um novo negócio, que planeja conscientemente em algum momento no futuro ter uma empresa, podendo ser algo iminente ou indeterminado, ou mesmo nunca acontecer devido a uma série de fatores ambientais e acontecimentos pessoais.

Para Thompson (2009) a intenção empreendedora pode ser entendida como um contínuo que contempla desde indivíduos que meramente possuem disposições empreendedoras até os que têm executado ações no sentido de abrir sua empresa, como pesquisas, busca de informações, confecção de planos e projetos, que em pouco tempo irão efetivamente iniciar um empreendimento. Assim, os indivíduos com intenção empreendedora podem ser distintos dos que possuem apenas uma disposição empreendedora, pois o primeiro grupo apresenta um grau de consideração sobre a possibilidade de iniciar um novo negócio e também não rejeitaram a possibilidade de abrir um negócio futuramente.

Já os indivíduos que somente apresentam disposição, mas não intenção empreendedora, não chegaram ao nível de considerar seriamente iniciar uma nova empresa, ou se em algum momento chegaram a considerar, já rejeitaram a ideia por algum motivo. Os que continuam o processo se tornam empreendedores nascentes, tomando ações concretas para realmente iniciar um novo negócio. Ou seja, embora a intenção empreendedora seja uma pré-condição para que o indivíduo se torne um empreendedor, a intenção em si não garante que alguém se torne empreendedor.

Para Davidson(1995) a decisão de abrir uma empresa é um comportamento planejado, sendo assim é precedido por uma intenção. No entanto, a intenção pode nunca se transformar em efetivamente em um comportamento, ou seja, muitos podem ter uma intenção empreendedora, mas não se tornarem empreendedores por uma série de razões. Podemos assim concluir que a intenção empreendedora pode predizer a criação de empresas, embora de forma imperfeita.

4.6 Cultura e Empreendedorismo

É um fato inquestionável que o nível de empreendedorismo, quando definido como a taxa de indivíduos que possuem um negócio próprio em relação ao número de empregados varia enormemente entre países (SHANE 1993; GEM, 2012). Uma grande quantidade de estudos associa a variação do nível de empreendedorismo às diferenças no estágio de desenvolvimento econômico, tecnológico, além de características institucionais destes países (WENNEKERS e THURIK, 1999).

No entanto, a relativa uniformidade entre condições econômicas, tecnológicas e institucionais de alguns países com níveis semelhantes de desenvolvimento, indicam que fatores não econômicos sejam também capazes de explicar a variação do nível de empreendedorismo (SHANE 1993; WENNEKERS e THURIK, 1999; BEUGELSDIJK, 2010).

Busenitz e Lau (1996, p.27) afirmam que "intenções de iniciar uma empresa, dependem da estrutura e do processo cognitivo, que por sua vez dependem de uma variedade de variáveis agrupadas em contextos sociais, valores culturais e variáveis pessoais" (tradução livre). Mitchell e colaboradores (2002) também realizaram pesquisa para investigar relacionamentos entre a estrutura cognitiva de empreendedores em diferentes culturas, com os objetivos de descobrir se as cognições empreendedoras são universais e de que maneira variariam entre culturas. Os resultados indicaram que existem diferenças significativas nos processos cognitivos que levam ao empreendedorismo, nos países pesquisados.

Godley *et al.* (2001) indicam que embora a influência da cultura seja conceitualmente e mesmo intuitivamente aceita, pois percebemos as diferenças de comportamento entre regiões e nações, existe uma dificuldade em adicionar a variável cultura na teoria econômica clássica, pois em condições similares, a teoria econômica clássica prediz que os indivíduos deveriam se comportar da mesma maneira, o que não ocorre empiricamente em diferentes culturas.

No entanto, após a publicação do trabalho de Hofstede (1980) *Culture's Consequences*, uma quantidade imensa de estudos em áreas como Administração, Psicologia e Sociologia foram conduzidos com o objetivo de explicar e entender a variação intercultural entre o comportamento dos indivíduos. Atualmente reconhece-se a importância e o impacto da cultura em todas as sociedades, moldando e governando as interações sociais, indicando que diferentes

valores conduzem a diferentes comportamentos, incluindo o comportamento econômico (GRANOVETTER, 1985).

Desta forma, Godley e colaboradores (2001) afirmam que os valores culturais podem ajudar a entender o processo de desenvolvimento de diferentes nações. McCloskey (1998) sugere que o surto de invenções da Inglaterra do século dezoito, foi um fenômeno cultural, com profundas consequências econômicas para a Revolução Industrial. A ascensão econômica obtida pelos Judeus e dos *Quakers* no início da era moderna também pode estar associado a fatores culturais que facilitavam o acesso ao crédito nestas culturas. Godley e colaboradores (2001) indicam que o processo de adoção da industrialização ter ocorrido em alguns países e não em outros, mesmo apesar de condições econômicas e dotação de fatores semelhantes, pode ser explicado em parte por fatores culturais, demonstrando que a cultura é um componente fundamental para se entender o desenvolvimento econômico global.

Martinelli (2001) cita o estudo de Cochran (1949) que atribuí a diferença entre o desenvolvimento dos Estados Unidos e a América Latina em termos do grau de legitimação do empreendedorismo em cada cultura. Do mesmo modo, Landes (1951) teria afirmado que a diferença entre a velocidade e a extensão do desenvolvimento econômico dos EUA e da França seria devido à diferença na herança histórica dos dois países, pois enquanto a herança feudal francesa teria deixado atitudes sociais hostis ao empreendedorismo, os EUA por não possuir tais atitudes negativas, dispunha de um contexto sócio cultural especialmente receptivo a inovação e ao empreendedorismo (MARTINELLI ,2001).

O argumento de que as diferenças entre o sucesso econômico e regional estão associadas à presença ou ausência de uma cultura empreendedora não são recentes e estão presentes em vários trabalhos clássicos que demonstram como valores de uma determinada cultura podem influenciar a decisão de empreender (e.g. WEBER, 1958; BAUMOL 1968). O início dos estudos das relações entre o empreendedorismo e valores culturais pode ser atribuído ao clássico de Weber, A *ética protestante* e o *espírito* do *capitalismo* de 1905, onde as normas culturais e sociais de grupos religiosos são enfatizadas como fatores para explicar altos níveis de atividade empreendedora e de invenção em determinados povos ou culturas, associando práticas e o *ethos* do trabalho a valores religiosos.

Tais estudos clássicos fomentaram o surgimento de várias pesquisas posteriores que buscam explicar a diferença entre a taxa de empreendedorismo através do entendimento de como

valores culturais podem influenciar a decisão de empreender, ou seja, qual a influência de "valores empreendedores" ou também da "legitimação do empreendedorismo" na manifestação do empreendedorismo na população.

Sérgio Buarque de Holanda (1936/1984), em Raízes do Brasil, apresenta também esta distinção entre os povos, elencando algumas características entre os chamados povos caçadores e os lavradores, o tipo aventureiro e o trabalhador, para explicar a cultura brasileira e seus valores em relação ao trabalho. Para Holanda (1936/1984, p.15) existe uma ética do trabalho, como existe uma ética da aventura.

De forma semelhante, o modelo cultural de Pearson e Chatterjee (2001), desenvolvido a partir de uma revisão de objetivos do trabalho, proposições chave da psicologia interacional e literatura sobre empreendedorismo, indica que o ambiente cultural, as características pessoais e o ambiente de trabalho influenciam a decisão individual em empreender ou não, e a cultura pode facilitar e apoiar o desenvolvimento de características pessoais e do ambiente de trabalho que podem favorecer o crescimento econômico.

McGrath e colaboradores (1992) conseguiram confirmar a hipótese de que empreendedores de várias nacionalidades e culturas, apresentavam um conjunto de valores diferentes dos indivíduos não empreendedores. De modo semelhante, Baum e colaboradores (1993) descobriram que empreendedores e não empreendedores Israelenses apresentaram diferenças em relação à realização, pertença, autonomia, e dominância. As diferenças foram superiores às encontradas entre empreendedores Israelenses e Americanos, indicando um possível compartilhamento de valores entre empreendedores, mesmo em diferentes culturas. Mesmo com algumas pesquisas iniciais sobre o tema, Pearson e Chatterjee (2001) afirmam que pouca pesquisa já foi realizada para examinar se os valores são universais entre empreendedores.

De forma geral, a literatura sobre empreendedorismo indica que a cultura tem um impacto marcante sobre o nível de empreendedorismo nas sociedades. Beugelsdijk (2010) argumenta que os altos índices de empreendedorismo nos Estados Unidos têm sido explicados por valores como liberdade, independência, realização, materialismo e individualismo. Litch (2010) indica que é possível falarmos não só em indivíduos empreendedores, mas também em nações empreendedoras, existindo a possibilidade de busca de características ou determinantes que tornam uma nação mais ou menos propensas ao empreendedorismo.

Busenitz e Lau (1996) defendem que algumas culturas produzem mais empreendedores que outras. No entanto, embora as características pessoais dos empreendedores tenham sido amplamente exploradas, o mesmo não ocorreu em relação às características nacionais que seriam determinantes do empreendedorismo. Liñán & Chen (2009) na construção de seu instrumento para medir a intenção empreendedora, indicam que os valores influenciam os antecedentes da intenção, como o apoio social e também as atitudes em relação ao empreendedorismo, indicando também haver quantidade limitada de pesquisa culturais comparativas.

Weber (1985) e Terpstra e David (1985) também apontam a religião como um forte influenciador da sociedade e de seu comportamento, resolvendo conflitos entre preferências individuais e o que a sociedade espera que as pessoas façam, determinando quais são os valores e práticas socialmente aceitas dentro daquela religião. O mesmo papel é desempenhado para manter a coesão da sociedade para que os seus membros aceitem a distribuição desigual de poder, prestigio ou riqueza material dentro de uma sociedade.

McClelland (1961) no clássico *Archieving Society*, indica que alguns valores de uma determinada cultura tais como a necessidade de auto realização, são um dos maiores determinantes do nível de desenvolvimento econômico alcançado por uma sociedade. A própria teoria de McClelland trata de três motivações básicas: motivação por necessidade de auto-realização, motivação de pertença e motivação de poder.

A motivação por necessidade de auto realização é definida como um desejo recorrente de se superar, de desempenhar bem suas funções, de ter sucesso, de criar ou manter um padrão elevado de excelência no seu campo de atividade. Neste caso, dois componentes complementares estão presentes: a esperança de sucesso como o motivo para buscar um objetivo qualquer e o medo do fracasso. A motivação por necessidade de afiliação ou pertença é alta em indivíduos que tendem a se preocupar com o estabelecimento, manutenção de contatos pessoais e relacionamentos emocionais com outros. Finalmente a motivação de poder é definida pelo desejo de buscar prestígio, exercer impacto, controle ou influência sobre outras pessoas ou grupos.

O trabalho de McClelland (1961) investigou indicadores de necessidade de realização e crescimento econômico em diversas culturas, em diferentes períodos temporais. Os resultados indicaram que quando a motivação de realização era alta, a produtividade também era alta

algum tempo depois. Através da aplicação de um instrumento que media a necessidade de auto realização em várias culturas inferiu-se que a necessidade de realização foi maior nas culturas ocidentais do que em outras culturas, mesmo que culturas asiáticas industrializadas. Vários estudos posteriores buscaram também associar os motivos de realização à questão do empreendedorismo, indicando que uma maior motivação nesta dimensão estaria associada a um maior nível de empreendedorismo ou de atividade empreendedora (MCCLELLAND, 1965).

Terpstra & David (1985) também indicam a existência de valores em relação ao trabalho, à acumulação de riquezas e a auto realização. Estes valores tem sido apontados como os que mais afetem o desempenho econômico de uma sociedade. Estudos antropológicos realizados em diversas culturas tem mostrado que os seres humanos são maximizadores racionais, ou seja, procuram se esforçar mais pelas coisas que lhes traga os maiores benefícios. Os itens mais valorizados, dependem em grande parte da cultura em que o indivíduo está inserido (TERPSTRA & DAVID, 1985, p.117).

Os valores de uma cultura em relação à mudança são também são apontados como importantes para a criação de novos processos ou produtos. Algumas sociedades podem acreditar que mudanças significam interrupções indesejáveis, ou maléficas, enquanto outras podem considerar que mudanças são importantes ou mesmo essenciais para o desenvolvimento da sociedade. (TERPSTRA & DAVID, 1985). Os achados de Rothwell e Wissema (1986) mostram que as sociedades que inovaram tinham características como disposição de tomar riscos, senso de urgência e de tempo, e a estavam preparadas para aceitar mudanças, além de uma orientação dinâmica ao longo prazo.

Segundo Martin e Picazo (2009) a cultura não só facilita a assimilação e a introdução de avanços tecnológicos, mas também promove modificações no ambiente econômico de forma mais efetiva. Os autores também apontam que a cultura pode ter impacto negativo ao desencorajar a atividade empreendedora quando incentivar o recebimento de salário ou um emprego fixo ao invés de assumir o risco de se tornar empreendedor. David e Terpstra (1985) apontam que a cultura define o que é aceitável e o que não é aceitável em termo de riscos.

Embora alguns estudos indiquem que empreendedores possuem um conjunto de valores compartilhados independentemente da cultura (MCGRATH, MACMILLAN E SCHEINBERG, 1992), outros estudos apoiam a noção que a cultura afeta o empreendedorismo

(BUSENITZ E LAU, 1996), sugerindo que ainda há grande necessidade de confirmação destes dados (LITCH, 2010).

Hosftede e Bond (1988) sugerem a existência de um relacionamento direto entre o empreendedorismo e as dimensões culturais encontradas em seus estudos. Dentre as dimensões que receberam maior atenção estão as dimensões de individualismo-coletivismo e a distância hierárquica (HOFSTEDE, 1984; SHANE, 1992; MORRIS, 1994; TRIANDIS, 1995). Hofstede (1984) aponta que as sociedades que apresentam uma menor distância hierárquica e maior escore na dimensão de individualismo têm uma tendência a apresentar um número maior de inovações.

Tiessen (1997) sugere um *framework* para a realização de pesquisas *cross-cultural* utilizando as dimensões de Hofstede para explicar o empreendedorismo, mais especificamente a dimensão de individualismo-coletivismo. Segundo Tiessen (1997), a dimensão de individualismo estaria ligada a orientação de valores e ações que levariam a independência, competição, enquanto a orientação mais coletivista tenderia a fomentar os valores e ações que mantivessem o *status quo* e o bem estar do grupo. As pesquisas comparativas que buscam entender a relação entre o individualismo-coletivismo e o empreendedorismo têm indicado que individualismo está associado a uma maior incidência de comportamentos empreendedores, enquanto o coletivismo está mais associado a uma menor atividade empreendedora (PETERSON, 1988).

O estudo de Shane (1993) que comparou a taxa nacional de inovação de 33 países nos anos de 1975 e 1980 indicou que as taxas de inovação das nações eram influenciadas pelos valores culturais de seus cidadãos, foi encontrada uma forte associação entre as dimensões distância hierárquica e individualismo e a taxa de inovação destes países, corroborando pesquisas anteriores de Hofstede (1984). Shane (1992) defende que as culturas mais individualistas apresentam crenças sobre liberdade, lócus de controle mais interno e usam a remuneração financeira, prestigio social e realização pessoal para motivar os inovadores, e o contrário aconteceria nas culturas coletivistas que acabam por desencorajar a inovação e o empreendedorismo.

A influência da baixa distancia hierárquica sobre a inovação é atribuída a baixa preferência pela hierarquia rígida e formal, permitindo a existência de canais de comunicação e estruturas descentralizadas mais eficientes. Além disso, uma baixa distancia hierárquica permite que

subordinados tenham autonomia no processo de decisão, e possam gerar e compartilhar ideias, além de ter a oportunidade de alcançar mobilidade social (SHANE, 1992).

Muitos outros estudos suportam a ideia que a cultura afeta empreendedorismo e seus resultados (HOFSTEDE e BOND, 1988; PETERSON, 1988). Nestes estudos foram encontrados valores contrastantes entre indivíduos de diferentes nacionalidades ou antecedentes culturais, além de diferenças entre nações que apresentam diferenças entre os padrões das empresas privadas.

Beugelsdijk e Noorderhaven (2004) utilizaram o banco de dados de Estudos de Valores Europeus (*European Values Studies*) que abarca uma série de questões, compreendendo também informações sobre normas e valores (BEUGELSDIJK, 2010). A definição de o que seria uma cultura empreendedora foi derivada de uma série de questões relativas a:

- Opinião entre distribuição de renda igualitária ou a meritocracia;
- Preferência entre propriedade privada ou estatal de industrias e empresas;
- Responsabilidade do Estado ou individual sobre se sustentar ou prover para as pessoas;
- A opinião sobre o "dever" de pessoas desempregadas aceitarem qualquer trabalho ou a aceitação que estas pessoas possam esperar por o emprego desejado, mesmo que dependam de seguro social;
- A relação entre o trabalho e o sucesso. Em um extremo tudo depende de conexões e sorte, e em outro, o trabalho duro, no longo prazo leva a uma vida melhor.

Os micro dados da pesquisa *European Value* Survey, para sete países Europeus, foram então computados para estas questões e compilados para formar o constructo de cultura empreendedora. Os dados que as regiões que apresentavam "culturas empreendedoras", ou seja, as que possuíam atitude e características empreendedoras apresentaram maior crescimento econômico, embora também dependente de fatores institucionais (BEUGELSDIJK E NOORDERHAVEN, 2004).

Apesar dos vários estudos encontrados, pesquisas que relacionam valores de uma cultura e empreendedorismo estão em estágio ainda inicial (LITCH, 2010). Thiessen (1997) indica que a pesquisa internacional em empreendedorismo deve utilizar mais estudos comparativos que buscam similaridades e diferenças entre o processo empreendedor em diferentes culturas, ao invés de assumir que o processo não se modifica nas diversas culturas. Pois o processo de

crescimento, de criação de novos negócios pode partir de pressupostos e mecanismos diferentes em cada cultura.

5. Identificação e perfil dos países

Nos próximos subitens deste capitulo serão descritos os países participantes da pesquisa, população, breve histórico, as condições socioeconômicas, além de uma breve apresentação do processo de formação de identidade nacional nestes países.

5.1 Brasil

O Brasil (oficialmente República Federativa do Brasil) é uma república federativa presidencialista, localizada na América do Sul, formada pela união de 26 estados federados e pelo Distrito Federal. Faz fronteira com quase todos os países da América do Sul, excetuando o Equador e o Chile. O país possui 5.565 municípios, 191.480.630 habitantes, bem como uma área de 8.514.876,599 km², equivalente a 47% do território sul-americano (IBGE, 2012).

Figura 16: Mapa Político do Brasil

FONTE: Mapa Político do Brasil – IBGE - 2012

O país é dono de uma das maiores biodiversidades do mundo, com uma grande variedades de microclimas e regiões. A floresta Amazônica é a maior do mundo, tendo um papel vital no sistema ecológico mundial, abrigando mais de 10% de todas as espécies vivas do planeta, incluindo plantas e animais, sendo um dos ecossistemas mais completos e ricos de todo o planeta. Estima-se que existem 30 milhões de espécies de insetos, 500 espécies de mamíferos, 175 espécies de lagartos, 300 espécies de repteis e um terço dos pássaros de todo o mundo (MEADE, 2004).

Além disso, a região Norte abriga o Rio Amazonas, um dos maiores do mundo, comparável em extensão ao Rio Nilo, no Egito, possuindo 20 % de toda a agua doce do mundo, constituindo assim um patrimônio importantíssimo para o país. O Pantanal, outro ecossistema muito importante é uma planície alagada, que possui aproximadamente 140.000 metros quadrados, sendo conhecido também por sua abundancia de vida selvagem, com rica fauna. Se localiza entre as latitudes 52 e 28 oeste e 16 a 22 sul no Brasil, e com partes na Bolívia.

Este ambiente com uma grande diversidade climática e com abundância de água fez com o que pais desde o seu início fosse uma potência agrícola, iniciando-se com Pau Brasil, depois cana de açúcar e o café. O Brasil conta com 7% de terras aráveis, possuindo uma extensa área apta para as mais variadas culturas agrícolas (CIA, 2007). Diante desta conjuntura favorável, o agronegócio, com culturas como soja e milho, aliados à criação de aves e gado representa uma boa parte das exportações brasileiras, garantindo o superávit na balança comercial que tem sido extremamente importante para o país.

No entanto, o país está longe se der um país essencialmente agrícola. A indústria é desenvolvida, sendo uma grande produtora mundial de automóveis, aço, insumos para construção, petroquímicos, máquinas e equipamentos, aeronaves, entre muitos outros produtos duráveis, esta produção frequentemente é utilizada para suprir o grande mercado interno, uma dos pontos fortes da economia brasileira. O setor de serviços brasileiro, também é desenvolvido e representa uma parte considerável do PIB nacional. De acordo com estimativas do IBGE(2013), até o terceiro trimestre de 2012, este setor representava aproximadamente 67 % do valor adicionado pela economia brasileira.

A moeda brasileira é o Real, que foi introduzido em 1994, após uma série de outras moedas que foram corroídas pela grande inflação que assolou o país. O Brasil é uma República Federativa,

formada por três entidades políticas: os Estados (26), Municípios (5.565) e o Distrito Federal (1) (IBGE,2012).

5.1.1 Breve Histórico

Oficialmente, o Brasil foi descoberto pelos Portugueses em 22 de Abril de 1500 por Pedro Alvares Cabral, enquanto este buscava uma rota para as Índias. Um conjunto de 13 navios, e um total de 1200 tripulantes, saíram de Portugal em Março de 1500, após uma missa que contou com a presença do Rei Manuel de Portugal e acabou chegando a costa brasileira.

No entanto, mesmo após a sua descoberta, o Brasil foi tratado como mais um conjunto de portos de comércio, da mesma forma que ocorria com as colônias africanas e asiáticas. Como as populações indígenas não usavam adornos de ouro ou outros metais preciosos o interesse inicial português foi relativamente pequeno. A rota asiática era a que tinha o maior interesse, e Portugal tinha um domínio e portanto obtinha altos lucros nestas operações (MEADE, 2004).

No entanto, logo houveram incursões dos Franceses e Espanhóis nestas rotas, e consequentemente uma diminuição da lucratividade, criando uma maior necessidade de outros produtos, o que levou a Coroa portuguesa a adotar o sistema de capitanias hereditárias no Brasil, para que fossem explorados madeira e outros recursos naturais, estabelecendo quinze capitanias entre 1534 e 1536 (SKIDMORE,1999). Embora este sistema de capitanias tenha tido sucesso nas Ilhas de Cabo Verde, e na Madeira, no Brasil não teve o sucesso esperado, pois havia grande dificuldade em convencer os donatários das capitanias a realizarem os investimentos necessários, devido ao alto risco e a necessidade de altos investimento, alguns donatários nem sequer tomaram posse de suas capitanias.

Percebendo a dificuldade de implantar este modelo de colonização, em 1550 a Coroa Portuguesa, instituiu um Governo Geral, sendo Tomé de Souza, o primeiro a ocupar este cargo, fundando a cidade de Salvador, a primeira cidade do Brasil, que permaneceu como a capital da colônia por mais de dois séculos. Já no século dezessete, o país se tornou um dos maiores exportadores de açúcar, no período de 1600 a 1650, este setor representava entre 90 a 95% das exportações brasileiras, próximo ao fim do século quando o comercio de açúcar declinou, o açúcar ainda foi era responsável por 15% das exportações brasileiras.

O estabelecimento da cultura de cana de açúcar definia o Brasil como uma economia de monocultura, o que se manteve até o século XX, que implicava em plantações orientadas a

exportação, de grandes dimensões, autossuficientes, baseadas em mão de obra escrava, regionalmente concentrada no Nordeste Brasileiro (MEAD,2004). No entanto, os preços do açúcar caíram drasticamente nos anos 1670 e 1680, devido ao aumento da produção e participação das Antilhas, o que ameaçou a economia brasileira na época. No entanto, no início da década de 1690 o ouro foi finalmente descoberto no Brasil, nos estados de Minas Gerais, Mato Grosso, Goiás e Sul da Bahia. Em poucas décadas o país passou a ser o maior produtor de ouro, e na década de 1720 iniciou-se a produção de diamantes.

A produção de minério expandiu-se alcançou seu ápice em 1760. Durante o século 18, o Brasil forneceu aproximadamente 80% do ouro de todo o mundo, aproximadamente 2 milhões de libras. Esta conjuntura criou condições de conflito entre a elite colonial brasileira, e os interesses portugueses, agravados pelo fato da economia da colônia ultrapassar em importância a da metrópole (MEADE,2004). Segundo SKIDMORE(1999) a primeira conspiração significativa contra o domínio português ocorreu em Minas Gerais, a Inconfidência Mineira, com um plano para assassinar o governador e estabelecer uma república independente. No entanto o plano foi descoberto e os envolvidos julgados e condenados (SKIDMORE,1999).

Este evento foi um importante precursor dos movimentos de Independência Brasileira, pois confirmou a influência dos ideais norte-americanos e da Revolução Francesa, o sentimento divergente da colônia em relação ao domínio português, as diferenças econômicas entre os dois países, o Brasil já possuía capacidade produtiva maior que a metrópole, além da demonstração de poder que a coroa Portuguesa fez questão de expressar.

No início do século XXI, em 1807 o exército de Napoleão invadiu a península Ibérica, e a corte Portuguesa se transferiu as pressas para o Brasil, fugindo do domínio francês. Entre os anos de 1808 e 1822, a presença da corte atraiu negócios e imigrantes, e a população do Rio de Janeiro dobrou neste período passando a mais de 100.000 habitantes. No entanto, em Portugal houve uma grande pressão para que Dom Joao VI, retornasse, principalmente após a derrota de Napoleão em 1814. Assim, Dom Joao VI, retornou para Portugal em Abril de 1821, com 4.000 portugueses, deixando o filho Pedro, como o príncipe regente do Brasil, (SKIDMORE,1999).

Em 7 setembro de 1822, a independência do Brasil foi proclamada por Pedro, filho de Dom Joao VI, e no mesmo ano foi coroado como o Imperador Pedro I, iniciando-se o Império Brasileiro, que durou até 1889, com a proclamação da República. Pedro I criou em 1823 a primeira Constituição do Brasil, fortemente baseada em ideais iluministas, considerada uma das

mais liberais da época, prevendo liberdade religiosa, instituindo a separação e independência entre os três poderes, que foi aprovada em 25 de março de 1824.

No entanto, pouco tempo após a criação de uma constituição, a morte de Dom Joao IV no ano de 1826 em Portugal tornou Pedro I também Rei de Portugal, por alguns dias, e por limites da constituição brasileira, teve de renunciar ao cargo. Assim, Pedro I abdicou no dia 7 de abril de 1831 partindo para Europa e nomeou o filho, futuramente conhecido como Dom Pedro II, com apenas 5 anos como o seu sucessor. O governo de Pedro II além de longo (1831 a 1889), foi marcado por uma série de acontecimentos como a Guerra do Paraguai (1860-1874) e a Abolição da Escravatura (1888).

No entanto já em meados de 1880 já com a saúde abalada, Pedro II iniciou uma série de viagens para tratamentos de saúde, e foi aos poucos perdendo o contato com a sua função de Imperador. Em 15 de Novembro de 1889, aproveitando a debilidade da saúde do Imperador, e mesmo sem apoio civil, Marechal Deodoro da Fonseca foi o responsável pelo golpe militar, que instituiu a Republica, sendo ele o primeiro Presidente do Brasil (SKIDMORE,1999).

Logo após, em 1891 a Assembleia Constituinte preparou a segunda constituição do Brasil, liderados por Rui Barbosa, instituindo um regime Federativo no Brasil, seguidos pelas eleições de 1894, na qual apenas 2% dos brasileiros votaram, pois o voto somente era permitido aos homens, alfabetizados e maiores de 21 anos. O novo governo passou a ser dividido por três poderes: judiciário, executivo e um legislativo, composto pela Câmara dos Deputados e pelo Senado (MEADE,2004).

Os anos do início da republica (1890) até meados dos anos 1930, foram marcados por grandes mudanças demográficas, com uma nova onda de imigração e também de urbanização do pais, impactando não somente a demografia, mas também o poder, que tornou-se mais urbano. Já nos anos 1920 havia um claro um despontamento com o liberalismo, guiados por militares e apoiado pela comunidade intelectual.

As eleições presidenciais de 1918 e 1922, criaram condições ainda mais instáveis para o governo, com a eleição de Rodrigues Alves e posteriormente Arthur Bernardes (1922-1926) com constantes conflitos políticos. A eleição de Washington Luiz em 1926 continuou o processo de divisão dentro da política brasileira, sendo agravada pela escolha de um sucessor,

também paulista, em 1930, Júlio Prestes, ao invés de indicar um Mineiro, conforme acordo político da época.

Assim, aproveitando deste momento conturbado, em 1930, os militares um realizaram um golpe militar e instalaram Getulio Vargas como o chefe do governo, terminando a República Velha, e iniciando uma nova fase na política e na história Brasileira. A Primeira República conseguiu sucesso no processo de transição de uma monarquia escravocrata, embora com dificuldades e falhas neste processo (MEADE,2004). Assim que Getulio Vargas chegou ao poder, passou a centralizar o poder no Governo Federal, instituindo "presidentes" em todos os estados, com exceção de Minas Gerais.

Além disso, Vargas também nacionalizou transporte ferroviário, marítimo, e criou uma serie de empresas estatais em setores estratégicos, como Petrobras, além de aumentar a importância e o tamanho da burocracia federal. No entanto, em 1954, a sua renúncia foi exigida novamente pelos militares, sendo concedida em 24 de agosto do mesmo ano, seguido pelo suicídio de Getulio Vargas. Logo após, em 1955, Juscelino Kubitscheck foi eleito como o novo presidente, com foco no desenvolvimento econômico, com o Plano de Metas, buscando diversificar e ampliar a produção industrial, que aumentou 80 % no período entre 1955 e 1961. As metas estavam relacionadas com os setores de Energia, Transportes, Alimentação, Indústria de Base e Educação. No entanto, o maior feito foi sem dúvida a criação da nova capital nacional, Brasília.

Jânio Quadros foi o sucessor de Kubitscheck, foi eleito presidente em 3 de outubro de 1960, com 5,6 milhões de votos, mas somente permaneceu no poder por 8 meses, renunciando em 25 de agosto de 1961, assumindo assim o vice-presidente Joao Goulart, responsável pelo Plano Trienal, que tinha como objetivo uma série de reformas nos setores bancários, fiscais, urbanos, eleitorais, agrários e educacional, com um foco na nacionalização de setores industriais, além de um maior controle sobre investimentos estrangeiros.

Estas reformas desagradaram vários setores da sociedade, como grandes proprietários de terra, investidores estrangeiros e os militares. Assim, imediatamente, em 31 de março o General Olímpio Mourão Filho iniciou o golpe no Rio de Janeiro, sendo seguido por outros setores militares, e sob a liderança de Castello Branco o governo foi desposto. O Golpe de 1964, iniciou um novo período de governo militar, que se estendeu dos anos de 1964 até 1988. Contudo, em

1976 iniciou-se um processo gradual de abertura política, e em 1979 os partidos políticos foram novamente permitidos.

Em 1980 novas greves ocorreram no Estado de São Paulo, sendo lideradas pelo PT, e em 1984 demonstrações eclodiram em todo o país para reivindicar eleições diretas, causando o fim de um governo militar, com a eleição de Tancredo Neves, e Sarney como vice-presidente, que acabou assumindo devido a grave condição de saúde, seguida pela morte de Tancredo em 21 de abril de 1985.

Durante um Governo conturbado, Sarney tinha dois papeis principais controlar a inflação e instaurar novamente um sistema democrático, após 20 anos de governo militar. Pode-se considerar que o segundo objetivo foi melhor alcançado. A constituição foi finalmente construída em 1988 pelo Congresso, com 245 artigos e 70 medidas provisórias, abrindo caminho para as eleições de 1989.

A eleição contou com 80 milhões de eleitores, que escolheram o então Governador de Alagoas, Fernando Collor de Mello, como o presidente do Brasil. No entanto, problemas relacionados a corrupção incitaram uma grande manifestação popular que culminou a renúncia de Collor em dezembro de 1992, assumindo então o vice-presidente Itamar Franco, que teve como seu principal legado o Plano Real, que conseguiu efetivamente controlar a inflação, um dos principais problemas brasileiros (MEADE,2004).

O Plano Real foi tão popular que conseguiu eleger Fernando Henrique Cardoso(FHC), Ministro da Fazenda do Governo Itamar, nas eleições de 1994, com mais de 50 % dos votos válidos, sendo ainda reeleito em 1998, novamente com 53% dos votos, cumprindo assim dois mandatos.

Nas eleições de 2002, Lula conseguiu 61 % dos votos no segundo turno, derrotando José Serra, apoiado como sucessor de FHC, acabando com a administração Fernando Henrique que tinha iniciado em 1994. Os primeiros anos do Governo Lula, foram dedicados a enfrentamento de crises mundiais como México, e também de programas sociais, como Fome Zero, Bolsa Família entre outros. Outros feitos normalmente creditados a Lula são o aumento da classe média, da popularização e expansão das Universidades Federais e também das vagas nos cursos de nível superior. Lula também foi reeleito assim como FHC, e em 2006 conseguiu ser reeleito no primeiro turno. A popularidade de Lula foi determinante para que Dilma Rousseff, anteriormente Ministra de Minas e Energia e Ministra Chefe da Casa Civil, e também a

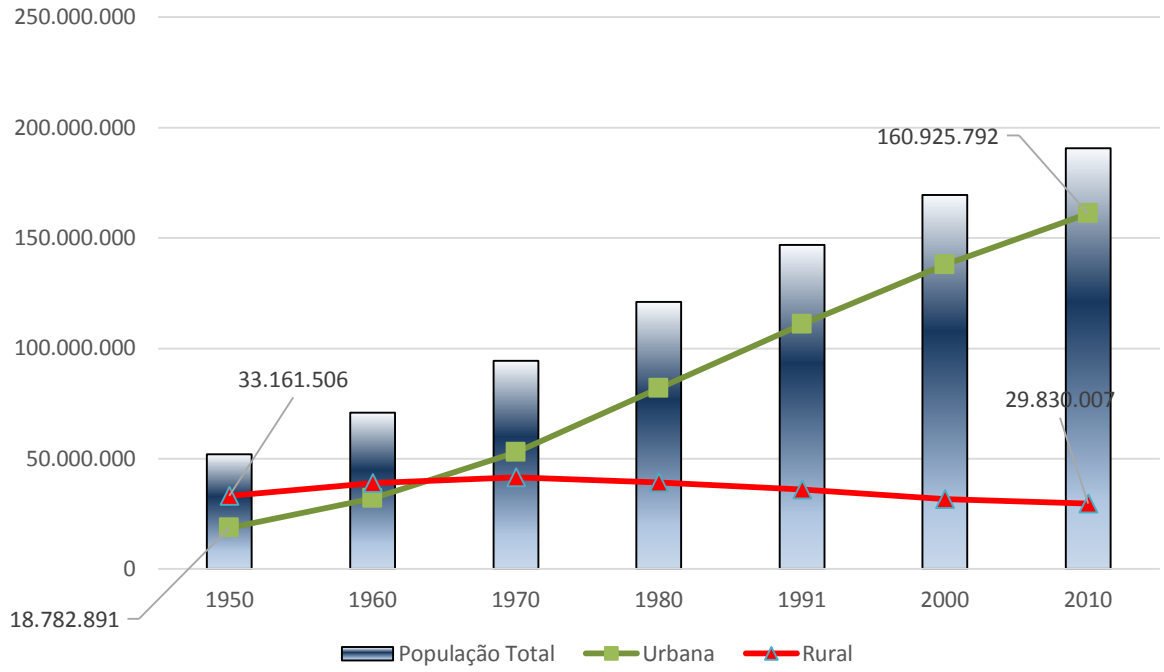
responsável pelo Programa de Aceleração do Crescimento(PAC), fosse eleita em sua primeira eleição para um cargo público, derrotando novamente José Serra, no segundo turno, com mais de 56 % dos votos válidos nas eleições de 2010.

5.1.2 População

A população brasileira segundo o censo de 2010 é de 191.480.630, sendo a nação mais populosa da América do Sul e a quinta do mundo, atrás somente de China, Índia, Estados Unidos e Indonésia. O povo brasileiro é um povo mestiço, composto por inúmeros grupos étnicos. O censo de 2010 indica da população brasileira, 91.051.464 (47,7%) se autodeclaram brancos, 82.277.333 pardos (43,1%), 14.517.961 pretos (7,61%), 2.084.288 amarelos (1,09%), e 817.963 (0,43%) são de origem indígena.

O país conta com uma população predominantemente urbana. Atualmente mais de 160 milhões de pessoas vivem em área urbana (84,3% da população), enquanto apenas pouco menos de 30 milhões vivem em área rural (15,6%). O crescimento nos últimos 60 anos foi significativo, atingindo uma taxa de crescimento média decenal de 24,2%, graças ao crescimento da população urbana que teve uma taxa média de crescimento decenal de 43%, enquanto a rural diminui 2% no mesmo período, conforme podemos verificar na Figura 17:

Figura 17: Crescimento da População Urbana e Rural no Brasil (1950-2010)



Fonte: Elaboração própria com Dados do IBGE www.sidra.ibge.br (2010)

5.1.3 Aspectos Socioeconômicos

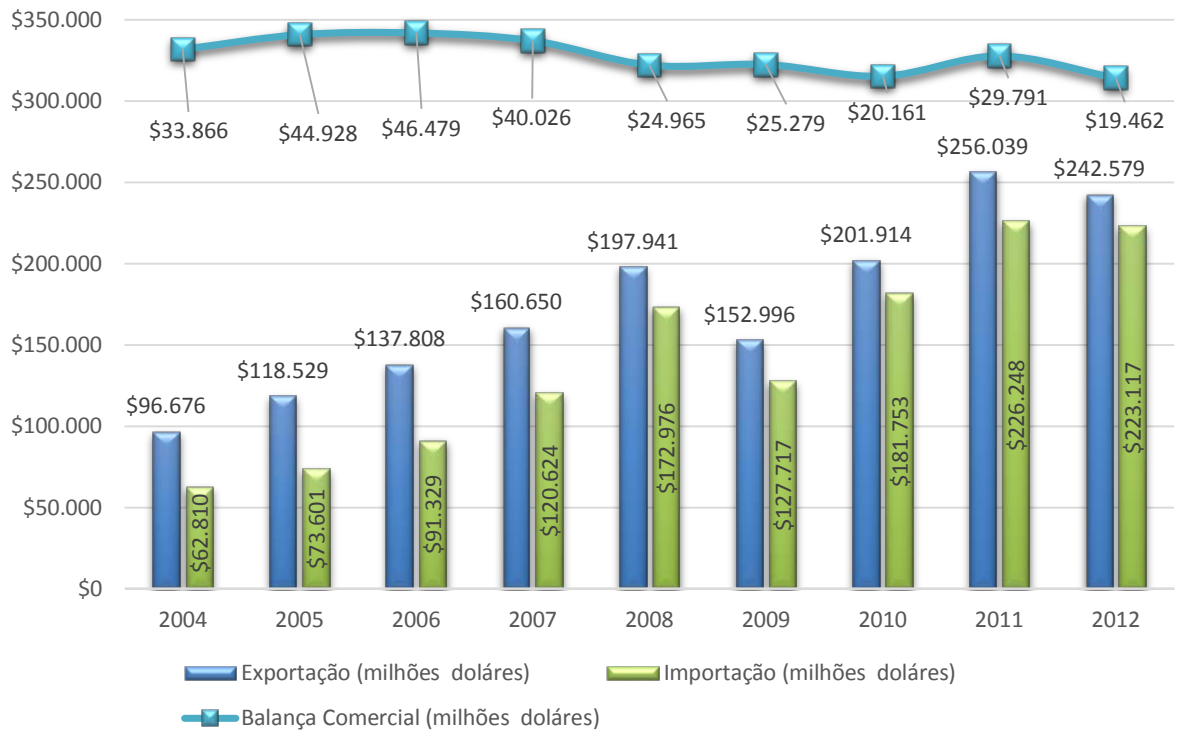
O Brasil tem a quinta maior população mundial atrás da China, Índia, Estados Unidos e Indonésia. Sétima maior economia do planeta e maior economia latino-americana, o Brasil possui forte influência internacional, seja em âmbito regional ou global. Encontra-se na 39ª posição entre os países com melhor qualidade de vida do planeta, além de possuir entre 15 e 20% de toda biodiversidade mundial (IBGE,2012).

O Brasil possui os setores agrícola, industrial e de serviços bem desenvolvidos, apresentando uma economia muito superior em números a qualquer país da América Latina, liderando economicamente a região desde os anos 1970. O PIB de 2011 foi estimado em R$ 4,143 trilhões, representando um aumento real de 2,7 % em relação a 2011. A composição do PIB brasileiro, ou seja, a participação relativa de cada setor de 1995 a 2010 tem se mantido estável, com cerca de 67 % no setor de serviços, 27% na indústria e 5 % no setor agrícola (IBGE, 2012).

O país vêm apresentando melhorias em praticamente todos os indicadores macroeconômicos nas últimas décadas. Por exemplo, a dívida pública liquida que chegou a alcançar 62,9% do PIB em setembro de 2002, baixou para 35,1% em dezembro de 2012. O índice de Gini que mede a desigualdade de distribuição de renda, embora ainda um dos piores do mundo, melhorou significativamente, passando de 0,601 em 1995 para 0,543 em 2009.

O Brasil têm uma importância crescente no comércio mundial, principalmente de agronegócio e de produtos como aço, metais e minério de ferro. Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior, o Brasil exportou mais de 242 bilhões de dólares em 2012. Os dados de importação, exportação e balança comercial de 2004 a 2012 estão disponíveis na Figura 18:

Figura 18: Exportações, Importações e Balança Comercial Brasileira 2004 a 2012



Fonte: Dados da Secretária de Comércio Exterior - 2004 a 2012 – US$ FOB

Mesmo tendo baixas classificações em rankings mundiais de competitividade, como o *Doing Business Report* do Banco Mundial onde foi classificado na posição 130 em um total de 185 países na edição de 2013 (Banco Mundial, 2013), o país vem recebendo um fluxo constante de investimentos estrangeiros que vem possibilitando o desenvolvimento cada vez maior de sua economia.

Segundo relatório do Financial Times (2012) o Brasil foi líder na recepção de capital estrangeiro na América Latina em 2011, com mais de um terço do investimento de toda a região (491 projetos de um total de 1464 em toda a América Latina), com um aumento de 38% em relação a 2010, com investimentos de grande porte como construção de fabricas de veículos, mineradoras e siderúrgicas, infraestrutura e telecomunicações.

Todo este desenvolvimento econômico tem beneficiado também a população em geral. Dados do Censo 2010 do IBGE indicam que entre os anos de 2003 e 2008 mais de 28 milhões de pessoas saíram da miséria, e a classe média aumentou consideravelmente, aumentando em 40 milhões de pessoas (IBGE, 2012).

Entre 2000 a 2012 foram criados um total de 15,3 milhões de empregos no Brasil, e a renda média de trabalhador passou de R$ 1057,04 em janeiro de 2002 para R$ 1956,12 (valores reais corrigidos pelo INPC). O salário mínimo também aumentou consideravelmente neste período. Também em valores reais, o salário mínimo saltou de R$ 319,04 em janeiro de 2000 para R$ 663,24 em janeiro de 2012, representando um ganho real de maior que 100% neste período (IBGE, 2012).

Embora o país tenha passado por uma melhoria considerável, em 2010 mais de 16 milhões de pessoas ainda viviam em condições de pobreza extrema. Retirar estas pessoas desta condição vem sendo prioridade para o Governo Federal, o que pode ser verificado pela consolidação e ampliação de programas sociais, que visam gerar melhoria em uma série de indicadores, relacionados à geração de renda, moradia, emprego, educação e qualificação, além de programas para erradicação da pobreza e da miséria (IBGE, 2012).

5.1.4 Identidade Nacional Brasileira

Segundo Perotti (1997) a identidade é a maneira pela qual indivíduos e grupos se identificam e se definem de acordo com suas semelhanças e também diferenças relativamente a outros indivíduos e grupos. A identidade, neste contexto, é a construção de significados a partir de uma base cultural comum. Smith (1997) afirma que as características fundamentais da identidade nacional envolvem o compartilhamento de aspectos comuns, que podem estar relacionados a uma origem geográfica comum, a mitos e memórias históricas; a uma cultura de massas pública, entre outros fatores.

O Brasil embora tenha sido descoberto oficialmente em 22 de abril de 1500, o processo de colonização somente foi iniciado após 1534, com a definição de capitanias hereditárias por D. João III, mesmo assim de forma muito tímida e pontual (MEADE,2004). Por isso, mesmo após várias décadas o país não foi automaticamente habitado por indivíduos que se consideravam como parte de um povo, ou seja, o “povo brasileiro”.

Esta identidade foi conformada através de alguns séculos, por um complexo sistema de interação entre diferentes povos, que será resumidamente discutido neste capítulo. Ribeiro (1995) indica que o processo de criação de uma “identidade pelos brasileiros, como de resto por qualquer outro povo, é um processo diversificado, longo e dramático.” (p.130). Sugere-se ao leitor que tenha como objetivo uma análise mais minuciosa deste processo consultar as obras

citadas neste capítulo (e.g. FREYRE, 1933; SKIDMORE,1999; RIBEIRO, 1995; SCHWARCZ, 1998; DaMatta, 1981/1984; MEAD, 2004).

Pode se afirmar que uma dos atributos mais conhecidas do Brasil em todo o mundo é a característica multirracial de sua população, que conta com uma mescla de índios, portugueses e africanos, e mais recentemente povos como os japoneses, povos originários do Oriente Médio e imigrantes de outros países europeus.

Skidmore (1999) indica que os povos indígenas já estavam presentes na época que Cabral chegou em 1500, distribuídos em mais de 100 grupos linguísticos. No entanto os índios "brasileiros" eram diferentes dos povos nativos da América Central e dos Andes em vários aspectos, pois não possuíam uma sociedade hierárquica como os Incas que possibilitasse que os portugueses forçassem a trabalhar como foi feito na América Espanhola.

O número destes primeiros habitantes é incerto, mas varia entre 500.000 a 1 milhão de habitantes, segundo as estimativas mais razoáveis. No entanto, a população indígena diminuiu drasticamente quando chegaram os europeus, devido à doenças como varíola e sarampo. Além disso, o tratamento dados pelos portugueses aos indígenas, com respostas brutais as resistências indígenas, contribuiu para a diminuição dos povos indígenas, que foram utilizados inicialmente nas plantações de açúcar no nordeste brasileiro (SKIDMORE,1999).

As dificuldades em utilizar a mão de obra indígena determinaram em grande parte o início do tráfico de escravos africanos para o Brasil. No entanto, antes mesmo de descobrir o Novo Mundo os portugueses já utilizavam os africanos como escravos, para plantações nos Açores, Ilha Madeira, Cabo Verde e até em Portugal, onde estima-se que durante as década de 1450 eram trazidos entre 700 a 800 escravos anualmente (SKIDMORE,1999).

Em 1580 já eram trazidos mais de 2000 escravos anualmente para o nordeste brasileiro, número que foi crescente nos anos seguintes. Esta condição perdurou até o ano de 1850. Estima-se que mais de 3 milhões de escravos tenham desembarcado no Brasil, mais que o total de todas as regiões da América. O que explica o fato do Brasil ser atualmente o país que possui a maior população de descendentes africanos de todo o mundo, fora da África (SKIDMORE,1999).

Os escravos capturados e enviados ao Brasil provinham de várias regiões africanas, principalmente do sudoeste e região central do continente africano, com uma imensidão de línguas e culturas, trazendo uma assim uma infinidade de tradições africanas para o país

(RIBEIRO, 1995). Em pouco tempo os escravos e seus descendentes estavam espalhados por todo o país, seja na cultura cafeeira no sul e sudeste brasileiro, nas minas de ouro e pedras preciosas em Minas Gerais e nas culturas extrativas da Amazônia. Assim, o trabalho escravo e a sociedade escravocrata eram a marca da sociedade brasileira já no início do século 17. Em 1830 o país tinha o "título" de maior economia escravocrata do mundo, com mais escravos que homens livres (SKIDMORE,1999).

No século XIX, o tráfico de escravos continuava sendo uma atividade comum e lucrativa, pois o país não conseguia manter o número de escravos devido às condições de vida extremamente cruéis para os escravos, criando uma necessidade de "reposição" de escravos. Neste período, a Inglaterra juntamente com outros países Europeus começaram a pressionar os outros países contra o tráfico de escravos.

Skidmore(1999) aponta que a abolição no Brasil foi realizada de forma gradual, e com bastante resistência pelos antigos donos de escravos. Somente no fim da décadas de 1860 o movimento abolicionista ganhou forca no país, influenciado pelos movimentos nos EUA e na Grã Bretanha. Algumas iniciativas como a lei do Ventre Livre, em 1871 e lei dos Sexagenários em 1885, representaram avanços modestos para a abolição. No entanto, somente em 13 de Maio de 1883, a Lei Áurea foi assinada pela Princesa Isabel, efetivamente libertando os escravos no país, sendo um dos últimos países a proibir esta prática.

O movimento de abolição e a proibição de tráfico internacional de escravos, provocou uma diminuição de mão de obra para as plantações de café. Esta mão de obra foi recrutada de países Europeus, onde os fazendeiros pagavam a passagem para os imigrantes e prometiam condições aceitáveis de trabalho, e renda justa pelo seu trabalho. No entanto, este modelo não funcionou perfeitamente, pois muitos imigrantes protestavam ao serem tratados de forma parecida com os escravos, o que gerou protestos de governos estrangeiros, que chegaram a proibir que seus cidadãos viessem ao Brasil.

Ainda assim, o número de imigrantes aumentou de 33.000 em 1886 para mais de 132.000 em 1888, continuando até o início da primeira guerra mundial. A maior parte dos imigrantes que chegaram ao Brasil após a abolição vieram da Itália, seguido por Portugal e Espanha, que se assimilavam rapidamente à sociedade e cultura brasileira, por ter uma língua e cultura também próximas. Estes imigrantes se deslocaram principalmente para o Estado de São Paulo e o Sul do País para trabalhar na agricultura e em outras indústrias como têxteis e metalúrgica, com

uma mentalidade capitalista, com intenção de obter novas habilidades e economias (SKIDMORE,1999).

Estas diferentes matrizes possibilitaram que o Brasil se configurasse em um povo no qual as diferenças étnicas se combinaram para formar um só povo, com uma cultura única. Desde o início da colonização a miscigenação foi parte das práticas brasileiras, pois com a falta de mulheres brancas, os colonizadores tomavam como mulheres as indígenas, africanas e também mestiças, dando origem a filhos mestiços. No entanto, esta mestiçagem não foi simplesmente física, mas sobretudo cultural. A combinação destas matrizes Europeias, Indígenas e Africanas produziram uma cultura que se tornou bem diferente da cultura dos colonizadores portugueses.

No entanto, o país necessitou de um longo período para que esta identidade nacional única fosse desenvolvida, e para que a construção da figura do próprio brasileiro fosse entendida e compartilhada pelo povo, e que estes tivessem a noção de pertencer a uma nação, e não mais como portugueses da colônia, europeus ou africanos ou outros povos que moldaram e construíram o povo brasileiro (SCHWARCZ, 1998).

Este processo não foi rápido, nem automático. No século 18 os colonizadores impuseram a língua e cultura portuguesa por uma grande parte do país, buscando substituir as línguas indígenas pelas portuguesas, impondo limites na expressão e lutando contra heresias. No entanto já no fim do século 18, iniciou-se um processo de formação de uma cultura popular, com uma presença indígena e africana para se fundir à cultura europeia e formar uma cultura própria.

Schwarcz(1998) indica que o processo de construção não foi inteiramente espontâneo. Na era do Império Brasileiro, a identidade nacional foi objeto de esforços significativos de construção pelo Governo Brasileiro, com o objetivo de se criar uma identidade, um sentimento patriótico, mitificando a origem do povo brasileiro, criando heróis e personificações. Esta iniciativa foi importante, pois a maioria dos brasileiros se identificava com sua terra regional, por exemplo, com *pátrias paulistas* ou *pátrias baianas,* muito mais do que de se identificavam com o Brasil, não havia uma identidade de uma nação. Alguns acreditavam que as províncias deveriam se tornar independentes da mesma forma que ocorreu com os países da América Espanhola (SKIDMORE,1999).

Assim, o processo de construção de identidade nacional foi concebido através de iniciativas apoiadas pelo próprio Estado, principalmente durante o governo de Dom Pedro II, que aprendeu o Guarani, a língua indígena mais falada na época, e subsidiou escritores e intelectuais para que realizassem estudos e escritos sobre o tema, fundando o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB) para difundir uma imagem do Brasil com suas particularidades tropicais, e documentar a História do Brasil destacando suas grandes personagens e heróis, com uma clara identificação com o índio, deixando de lado a matriz Africana, e de certa parte a Europeia, na composição do povo brasileiro (SCHWARCZ, 1998).

Algumas das obras fundamentais e pioneiras das Ciências Sociais no Brasil, tratam da questão da construção da identidade do brasileiro, seus valores, suas especificidades em relação a outros povos do mundo. Por exemplo, as obras Casa Grande & Senzala de Gilberto Freyre (1933) e Raízes do Brasil (1936) de Sérgio Buarque de Holanda são marcos na história da reflexão sobre a formação do povo brasileiro. Podem ser colocados também nesta seleta lista os trabalhos de Roberto Damatta, e o Povo Brasileiro de Darcy Ribeiro (1995), embora muitos outros trabalhos também contribuíram enormemente para entender o processo de formação da cultura brasileira.

Gilberto Freyre é considerado um dos mais importantes autores para se entender a cultura brasileira, pois contou a história do Homem Brasileiro, buscando entender o que é ser Brasileiro, o seu processo de formação e definição de uma cultura própria. Freyre afirmou que o clássico Casa Grande & Senzala foi escrito como uma resposta a questões que o autor fazia a si próprio, sobre o significado de ser brasileiro. Freyre foi influenciado por seu professor e Mestre, o antropólogo Franz Boas, da Universidade de Columbia nos Estados Unidos. Este viés antropológico permitiu a Freyre sair do limite da intepretação de raças, que então era a abordagem dominante, para uma intepretação cultural da formação Brasileira, diferenciando raça e cultura, onde aprendeu a "discriminar entre os efeitos de relações puramente genéticas e os de influencias sociais, de herança cultural e de meio" (FREYRE, 1933, p.45)

Em 1933, após exaustiva pesquisa em arquivos nacionais e estrangeiros, Gilberto Freyre publica Casa-Grande & Senzala, um livro que revoluciona os estudos no Brasil, tanto pela novidade dos conceitos quanto pela qualidade literária. Gilberto Freyre foi buscar nos diários dos senhores de engenho e na vida pessoal de seus próprios antepassados a história do homem brasileiro, resultado de uma complexa e intima inter-relação e cruzamento das três "raças": índios, africanos e portugueses.

Para Freyre (*op. cit*.) a sociedade brasileira era "uma sociedade agrária na estrutura, escravocrata na técnica de exploração econômica, híbrida de índio, e mais tarde de negro, na composição". Segundo o autor o Brasil foi a sociedade da América com a maior troca de valores culturais. Para Freyre (1933, p. 367) isto significava que "*TODO BRASILEIRO,* mesmo o alvo, de cabelo louro, traz na alma, quando não na alma e no corpo *A* SOMBRA DO INDÍGENA *OU* DO NEGRO".

Vários motivos são apresentados para esta miscigenação. Entre eles, segundo Freyre os portugueses eram "*menos ardentes na ortodoxia que os espanhóis e menos estritos que os ingleses nos preconceitos de cor e de moral cristã" (p.160),* pois os homens que vieram colonizar o país eram "*em grande parte plebeia e, além do mais, moçárabe, isto é, com a consciência de raça ainda mais fraca que nos portugueses fidalgos ou nos do Norte*" (p.161).

Segundo Freyre (*op. cit*) o povo português desde a sua formação seria um tipo diferente do Europeu, pois a sua condição mais próxima à África, provocava uma "indecisão étnica e cultural entre a Europa e a África", constituindo-se em uma "bi continentalidade", possuindo um "passado étnico, ou antes, cultural, de povo indefinido entre a Europa e a África" (p.66). Até mesmo o clima de Portugal, mais próximo do tropical do que o que o resto da Europa, teria facilitado em grande parte a adaptação dos Portugueses ao Brasil.

Em relação aos povos indígenas, a cultura dos povos presentes no Brasil era muito mais fragmentada e incipiente, não sendo desenvolvida do ponto de vista de estrutura social e política, em comparação com outros povos indígenas como Astecas e Incas. Isto evitou maiores conflitos ou uma política deliberada de aniquilação como ocorreu na América Espanhola. Pelo contrário, houve uma troca de experiências o que veio impactar profundamente no que se tornou a cultura brasileira, implantando hábitos como o asseio pessoal e banhos, frutas como o milho e o caju, redes para dormir, palavras e nomes que são usados ainda nos dias atuais.

Segundo Freyre, os negros também tiveram um papel essencial na formação da cultura brasileira, sendo uma das mais importantes matrizes para a formação da cultura nacional. A obra de Freyre, em um dos seus capítulos visou apresentar e explicar o impacto do negro na "vida sexual e da família dos brasileiros" (p.368). No entanto, embora não seja foco principal destes capítulos, o autor indica que a importância do negro na "vida estética, e no progresso econômico", do Brasil, foi imensa. Em vários pontos de sua obra, o autor indica que considera que a influência negra foi mais profunda que a indígena, e possivelmente que a própria

influência Portuguesa. Meade (2004) afirma que a história brasileira nos primeiros 400 anos foi de uma cultura, uma estrutura política e uma economia baseada no trabalho escravo, que deixou profundas marcas na cultura brasileira até os dias atuais.

Muitos dos povos negros trazidos como escravos gozavam de uma evolução social mais adiantada de que os índios, e até do que o português em vários aspectos. Alguns escravos sabiam ler em escrever Árabe, enquanto muitos dos Portugueses eram iletrados. É importante salientar que muita da influência dita Africana, foi feita pelo escravo e não pelo negro, pois "o negro nos aparece no Brasil, através de toda nossa vida colonial e da nossa primeira fase da vida independente, deformado pela escravidão." (p.401). Assim, muitos traços ditos brasileiros seriam oriundos das culturas negras, em todas as esferas da vida cotidiana, ""Na ternura, na mímica excessiva, no catolicismo em que se deliciam nossos sentidos, na música, no andar, na fala. No canto de ninar menino pequeno, em tudo que é expressão sincera de vida. Trazemos quase todos a marca da influência negra" (p.367). A contribuição no vocabulário, e na alma brasileira também é destacada por Freyre:

> *"Ou acha mais jeito em dizer "mau cheiro" do que "catinga"? Ou "garoto" de preferência a "moleque"? Ou "trapo" em vez de "molambo"? São palavras que correspondem melhor que as portuguesas à nossa experiência, ao nosso paladar, aos nossos sentidos, às nossas emoções." (p.370)*

Assim, a própria língua brasileira, ou o Português do Brasil, visivelmente mais "doce, um modo bom, de pedido" do que a portuguesa europeia que seria utilizaria nos pronomes um "modo duro e imperativo", graças à influência de vocábulos africanos penetraram na língua portuguesa, por meio das relações estabelecidas no Brasil, pois *"O português do Brasil, ligando as casas-grandes às senzalas, os escravos aos senhores, as mucamas aos sinhô-moços, enriqueceu- se de uma variedade de antagonismos que falta ao português da Europa*."(p. 432), assim é comum ao brasileiro empregar palavras africanas, do mesmo modo que emprega palavras de origem portuguesa, sem utilizar aspas nem grifo, evidenciando uma fusão, uma complementariedade, uma relação mais interessante e simbiótica do que observada em outros países:

> *"Não que no brasileiro subsistam, como no anglo-americano, duas metades inimigas: a branca e a preta; o ex-senhor e o ex-escravo. De modo nenhum. Somos duas metades confraternizantes que se vêm mutuamente enriquecendo de valores e experiências diversas; quando nos completarmos em um todo, não será com o sacrifício de um elemento ao outro"* (p.376-377)

Em suma, o autor afirmou que a sociedade brasileira, que se configurou como hibrida desde a sua formação, sendo a sociedade que se constituiu de forma mais harmônica em relação a relações raciais em todo o continente Americano, criando condições para o aproveitamento dos valores e experiências dos povos envolvidos neste processo, do povo conquistador com o povo conquistado, embora durante toda a obra reconhecendo que este processo não tenha sido pacífico ou democrático, mas sim marcado por estritas relações de poder, e muitas vezes abuso a que foram submetidas as culturas dominadas, bem expressa no conceito de "equilíbrio de contrários".

Buarque de Holanda em Raízes do Brasil (1936/1985) também apresenta o Brasil como uma sociedade altamente influenciada pelo perfil dos nossos colonizadores, trazendo culturalmente a ética do "aventureiro", que busca em essência os ganhos rápidos e fáceis, e não uma lógica de valorização do trabalho duro e metódico, próprio de culturas que foram colonizadoras da América do Norte, por exemplo, que o autor identifica como sendo a figura do "semeador" (Buarque de Holanda, 1936/1985).

Outro traço da cultura brasileira apresentado é a cordialidade, tipificada no "homem cordial", além de uma "civilização de raízes rurais", baseada no grande latifúndio, com um senhor e o uso de escravos, ao contrário de uma estrutura baseada na pequena propriedade. Assim, esta organização econômica também de meios produtivos, acabou por impactar profundamente a sociedade brasileira, determinando seus valores, como por exemplo o particularismo, que se opõe ao universalismo, que prega regras da igualdade para todo.

Outro valor considerado como parte desta "moral das Senzalas" seria o desdém pelo trabalho manual. Skidmore (1999) também afirma que uma das características cruciais da sociedade brasileira, no início de seu processo de formação (séculos XVI e XVII) era o desdém pelo trabalho manual, que era considerado inferior e somente devia ser realizado pelas classes mais baixas ou escravos, sendo que estes traços se mantiveram por muito tempo na cultura brasileira.

Roberto DaMatta, um dos principais antropólogos brasileiros, faz uma descrição detalhada do Brasil, os brasileiros e sua cultura através de suas festas populares como o carnaval, religiões, literatura e arte, leis, regras, maneiras de agir, os costumes, mostrando um país complexo, que não poderia ser um único "Brasil", mas sim uma conjunto de "Brasis", ou culturas que formam um conjunto muito diversificado de rituais, práticas, linguagens e normas.

Um personagem, o Malandro, apresentado por DaMatta (1981), pode ser entendido como uma tipificação dos valores brasileiros relacionados ao trabalho, e de certa forma retoma a figura do "aventureiro" de Buarque de Holanda. O Malandro vive na rua, trabalha pouco e mas mesmo assim tem altos ganhos, quer tirar vantagem de todas as situações, e utiliza-se de inúmeras artimanhas para conseguir alcançar os seus objetivos.

Este personagem, segundo DaMatta pode ser personificado em várias práticas "aceitas" na cultura brasileira, como não declarar todo o dinheiro na declaração de renda, "furar" uma fila, não respeitar um sinal de trânsito, buscar "gambiarras" ao invés de seguir um procedimento correto, mas que necessita de mais trabalho, legitimando assim a figura do Malandro como algo positivo, ou ao menos "que todo mundo faz".

Por outro lado, figuras como a do renunciador ou santo, que vai trabalhar para outro, o sujeito que cumpre as suas obrigações, que age de modo passivo, aquele que trabalha de acordo com os critérios estabelecidos pelo patrão, sem gambiarras, que segue tudo o que lhe é dito é visto de forma negativa, tipificadas na figura do "Caxias", que cumpre leis, que cumpre as regras, que verifica se os outros estão a trabalhar, conta com uma conotação negativa, de traidor, de quem não aproveita a vida, as oportunidades, enfim um "otário". Ou seja, a na cultura brasileira valoriza-se o Malandro enquanto se despreza o "Caxias".

Outros traços culturais típicos do brasileiro, podem ser observado na obra "A casa e a rua" (1985), principalmente em relação ao particularismo e também da grande desigualdade de poder entre os indivíduos na sociedade, proveniente das relações escravocratas, podendo ser constatado através de uma grande distância hierárquica existente no país, utilizando o conceito de distância hierárquica de Hofstede (1981).

O particularismo é bem explicado na diferenciação entre o que seria a "rua" e a "casa", ou seja, o público e o familiar. Na "rua" o relacionamento é entre desconhecidos, que incita relações hostis, com um formalismo exagerado através de muitas leis e procedimentos burocráticos, sem consideração de situações particulares ou favorecimentos, ou seja, a aplicação dura e rígida das leis, especialmente quando submetido às autoridades. O indivíduo se sente acuado e desprotegido quando está submetido a este ambiente desconhecido e sem nenhum tipo de "amigos" para livrá-lo das perversidades burocráticas.

Já a "casa" representaria as relações entre os conhecidos, os familiares, os comprardes, os participantes de um mesmo grupo social ou político. Para estes "iguais" as regras não teriam tanto sentido e podem sempre ser flexibilizadas em nome da amizade, do conhecimento, da troca de favores, imperando a proteção e favorecimento dos pertencentes ao mesmo grupo, em detrimento dos outros, como muito bem disse o Presidente Getúlio Vargas: "aos *amigos, tudo*; aos inimigos, a *Lei", assim* para DaMatta (1985) dentro da sociedade brasileira:

> *"o que sempre se espera em qualquer situação de conflito ou disputa é o ritual do reconhecimento, que humaniza e personaliza as situações formais, ajudando todos a hierarquizar as pessoas implicadas na situação." (p.57)*

Assim, para o brasileiro, se aplicaria a máxima "*Você sabe com quem está falando?*" onde a hierarquização de poder é explorada ao limite, impondo respeito ou obediência pelo fato de alguém ocupar uma determinada posição social, cargo, ou mesmo relacionamento com figuras importantes nas esferas política, social ou econômica, baseado na posição social do que exclama a referida frase. Também o "*Você sabe com quem está falando?*" pode ser entendido como um "poder" para flexibilizar as regras, de fazer valer a sua posição em detrimento as leis. Assim, DaMatta (1981) resume este complexo sistema particularista brasileiro na seguinte frase:

> *A moral da história aqui é a seguinte: confie sempre em pessoas e em relações (como nos contos de fadas), nunca em regras gerais ou em leis universais (DaMatta, 1981, p.167)*

Outro célebre autor, Darcy Ribeiro, (1995), na obra O Povo Brasileiro, também reconhece no processo de formação a presença dos três grupos étnicos, apresentando o brasileiro como um novo povo, descendente dos tupis "desfeitos e transfigurados", nos tornando "latinos tardios de além-mar", de pele morena devido a fusão do negro com o branco, com traços das culturas formadoras que nos tornaram tão diferentes dos colonizadores. Determinando assim uma identidade bem própria que os diferenciou não só dos portugueses, mas também dos nossos outros povos formadores:

> *"Os brasileiros se sabem, se sentem e se comportam como uma só gente, pertencente a uma mesma etnia. Essa unidade não significa porém nenhuma uniformidade. O homem se adaptou ao meio ambiente e criou modos de vida diferentes. A urbanização contribuiu para uniformizar os brasileiros, sem eliminar suas diferenças. Fala-se em todo o país uma mesma língua, só diferenciada por sotaques regionais. Mais do que uma simples etnia, o Brasil é um* ***povo nação****, assentado num território próprio para nele viver seu destino." (p.21/22)*

Estes modos de vida diferentes, não uniformes, mas que fazem parte de um povo único, embora adaptado a ambientes diversos, são resultado de uma colonização de origens étnicas díspares, é explicado através dos cinco “Brasis” de Ribeiro: o sertanejo, o crioulo, o caboclo, o caipira e o sulino, que apresentam características culturais, valores, hábitos, costumes e fisionomia diversas, mas ainda assim se unificam por características históricas, por valores e uma língua comum, que os torna brasileiros (RIBEIRO, 1995).

Em um trabalho mais recente, Van de Wiel (2003) através de análise de discurso literário brasileiro identificou as imagens que foram se estabelecendo advindas do discurso fundador de nossa brasilidade, principalmente sobre trabalho, como por exemplo: o trabalho é um fardo, pois há uma clara desvalorização do preconceito em relação ao trabalho mais pesado; é coisa para gente simples, ou seja, típico de ‘classes sociais menos favorecidas’; é feio trabalhar, já que é algo pertencente às classes sociais ‘inferiores’; não fica bem para as classes mais favorecidas; maneira de vencer na vida, embora o trabalho não seja bom, é o fardo que se tem de carregar para derrotar a vida sofrida).

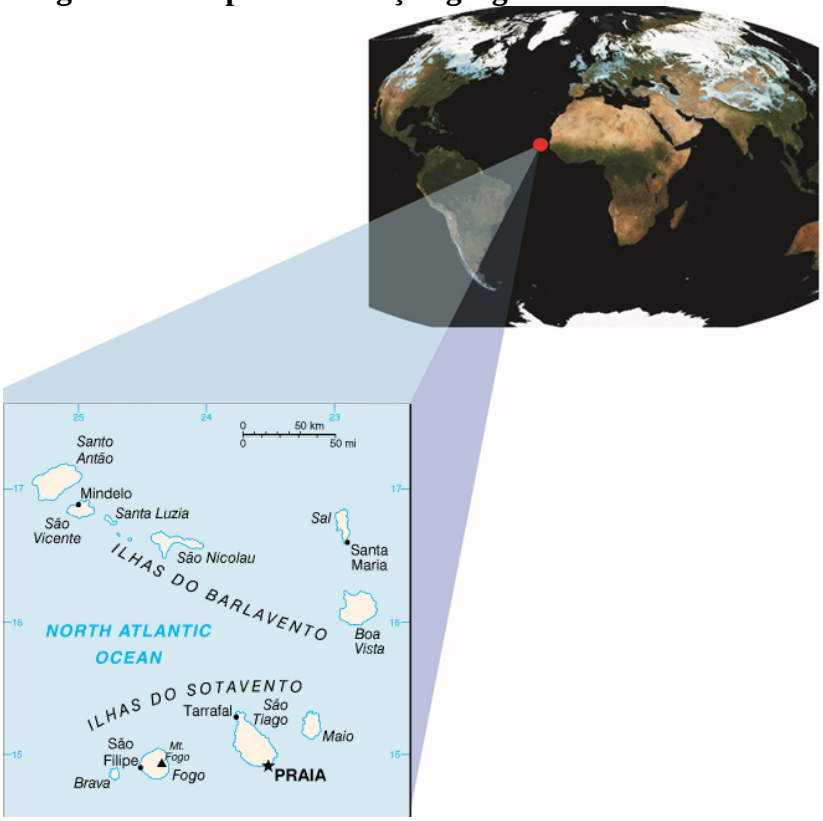
Ainda neste trabalho, Van de Wiel (2003) apresenta outros trechos: o trabalho dignifica o homem, mas dignifica o trabalhador enquanto enriquece o patrão; o melhor trabalho é um cargo público, procura-se emprego e não trabalho propriamente dito; vamos para o jogo, que o trabalho é um roubo, prefere-se o lazer ao trabalho; eu quero é sossego; eu quero sombra e água fresca. Estes são discursos estão presentes no discurso da nossa sociedade e constituem o nosso imaginário e em certo modo influenciam nossos valores.

O estudo da cultura brasileira e de seus povos formadores, seus valores e atitudes em relação ao trabalho, a criação de empresas, à seguimento de regras, ao esforço, ao risco, ao incerto, é de grande importância para o entendimento do empreendedorismo no país, da criação de novas empresas e da maneira que o fenômeno é visto pela cultura brasileira.

5.2 Cabo Verde

A República de Cabo Verde é um arquipélago próximo à Costa Africana, localizado 570 quilômetros a oeste do Senegal, entre as latitudes 14º 23' e 17º 12' norte e as longitudes 22º 40' e 25º 22' oeste. O arquipélago é composto por dez ilhas e oito ilhéus, que são tradicionalmente divididas em dois grupos conforme a posição face ao vento: Barlavento e Sotavento, que são termos náuticos que se referem ao lado de onde e para onde se sopra o vento. O grupos de ilhas do Barlavento, que significa o lado de onde sopra o vento, é composto pelas ilhas de Santo Antão (754 Km^2), São Vicente (228 Km^2), Santa Luzia (34 Km^2), São Nicolau (342 Km^2), Sal (215 Km^2), Boa Vista (622 Km^2) e os ilhéus Raso e Branco; e as ilhas do Sotavento, lado para onde sopra o vento, são compostas pelas ilhas do Maio (267 km^2), Santiago (992 km^2), Fogo (477 km^2) e Brava (65 km^2).

Figura 19: Mapa e localização geográfica de Cabo Verde



Fonte: Google Maps e ***CIA World Factbook 2007***, modificado pelo autor

Cabo Verde têm seu nome devido a sua posição oposta a península de *Cap Vert*, localizada em Dakar, Senegal, e não por ser verde ou possuir vasta vegetação, conforme se acredita popularmente (LOBBAN JR. & SAUCIER, 2007). O arquipélago, em toda sua história conhecida, foi fortemente castigado por secas e falta de alimentação, devido à baixa quantidade

de chuva anual, ventos fortes e secos no provenientes do Norte, durante o inverno, e ocasionalmente ventos húmidos do Sul no verão.

A maior parte das ilhas é de origem vulcânica, de relevo acidentado, sendo que os pontos de maior altitude são encontrados na Ilha do Fogo (Vulcão com 2829 metros), em Santo Antão (no topo da coroa, 1979 metros) e em Santiago (Pico de Antónia e Serra Malagueta com altitude máxima de 1373 metros). A Figura 20 apresenta o vulcão da Ilha do Fogo:

Figura 20: Vulcão da Ilha do Fogo

Fonte: Imagem disponível em http://www.caboverde.com/

No entanto, outras ilhas possuem relevo diferente, e possuem forte vocação turística, principalmente do chamado turismo de sol e praia. Este é o caso das do Sal, Boa Vista e Maio que são planas e possuem extensas praias.

Apenas 9,68 % do território cabo-verdiano é arável, o que ajuda a entender a baixa vocação agrícola do país, que importa grande parte de seus alimentos, o que acaba por comprometer boa parte do orçamento nacional (AfDb,2012). A temperatura média têm pouca variação e se mantem entre 22 a 27 graus Celsius durante todo o ano.

Os recursos minerais também são escassos, e são basicamente sal, porcelana, pedras. No campo energético podemos citar somente os potenciais para geração de energia solar e eólica, que no entanto, requerem altos investimentos.

O país tem como língua oficial o Português, e como língua franca o crioulo cabo-verdiano, a moeda corrente é o escudo, que desde 1999 apresenta cotação fixa de 110 escudos/euro, graças

a acordos com a comunidade europeia, o que ajuda a manter a estabilidade econômica e a inflação sob controle. As cidades com maior população e também mais importantes economicamente são a Cidade da Praia na ilha de Santiago e a Cidade de Mindelo, em São Vicente.

Na época de sua independência, em 1975, o jovem país encontrava-se pobre e subdesenvolvido, embora possuísse, e ainda possui, indicadores melhores que outros países vizinhos. Atualmente é uma república democrática que é considerada como um modelo de governança na África, mesmo com suas grandes dificuldades estruturais (AfDb, 2012).

5.2.1 Breve Histórico

Lobban e Saucier (2007) indicam que existem razões para crer que os portugueses não foram os primeiros a chegar ao arquipélago de Cabo Verde. Alguns historiadores indicam que os Fenícios podem ter chegado ao arquipélago no século IV ou V antes de Cristo, enquanto outros relatos indicam que povos Mouros possam ter parado nas ilhas pelo sal nos séculos X ou XI d.C. Adicionalmente, povos pescadores que habitavam a costa Senegalesa, também podem ter conhecido o arquipélago anteriormente.

No entanto, não há dúvida que foram os portugueses que durante o período das Grandes Navegações Portuguesas, efetivamente ocuparam e iniciaram o processo de colonização que durou vários séculos. A sequência de exploração da Costa Africana, sob orientação de Dom Henrique, iniciou-se em 1415 com a travessia pelos Portugueses do Estreito de Gibraltar, em direção à Ceuta, no atual Marrocos. Nas décadas seguintes, os portugueses se aventuravam cada vez mais ao sul da costa Africana, chegando em 1434 ao Cabo Bojador em Marrocos, com uma expedição liderada por Gil Eanes.

Já em 1441, navegadores portugueses como Gil Eanes e Nuno Tristão iniciaram o transportes de escravos provenientes da costa africana, e em 1446 tinham alcançado a região da Guiné, onde hoje se encontram o Senegal, Gambia e Guiné-Bissau, e no início da década de 1450 já existia um fluxo regular de escravos que eram levados para Portugal e suas ilhas atlânticas. As principais viagens portuguesas deste período, com suas respectivas datas podem ser vistas na Figura 21:

Figura 21: Principais navegações portuguesas na África Ocidental

Fonte: The European Voyages of Exploration / The Applied History Research Group http://www.ucalgary.ca/applied_history/tutor/eurvoya/africa.html

Em uma destas expedições de exploração e tráfico de escravos, que as ilhas cabo-verdianas mais ao sul teriam sido descobertas pelos navegadores Antônio de Noli, genovês e o Português Diogo Afonso. Barcellos (1908, p.5) descreve a descoberta:

> *"Em 1460 descobriram-se as ilhas de S. Thiago, Fogo, Maio, Bôa Vista, e Sal e em 1462 as restantes: Brava, S.Vicente. S. Nicolau, Sta. Luzia e Sto. Antão. Acharam as cinco primeiras ilhas Diogo Gomes e o genovês Antônio da Noli, e as outras Diogo Afonso." (Barcellos, 1908, p.5)*

O Rei Dom Afonso V premiou os descobridores, doando à Antônio Noli a parte Sul da ilha de Santiago, e tornando-o capitão da ilha, enquanto doou a Diogo Afonso a parte norte da ilha. Assim, foram criadas duas capitanias, uma ao sul chamada de Ribeira Grande e outra ao norte a vila dos Alcatrazes, no porto de Praia abaixo, iniciando assim o processo de colonização das ilhas. Estas duas povoações, foram centros de escoamento de produtos agrícolas e entreposto de produtos que tinham origem na Guiné Portuguesa. Já em 1462 chegaram os primeiros colonos à Ribeira Grande, basicamente Portugueses e alguns Italianos, e ao fim do século XV as ilhas do Fogo, Maio e Boa Vista já estavam regularmente povoadas (BARCELLOS,1908).

Desde o início deste processo de colonização, as ilhas tinham importante papel como ponto de transporte, seja de mercadoria, seja de escravos provenientes principalmente da Guiné e Serra Leoa, que eram enviados inicialmente para Portugal e Ilhas Canárias, e nos séculos seguintes para o Brasil ou a América. Os escravos também eram utilizados como mão de obra nas ilhas, principalmente para as culturas de algodão, frutas e cana de açúcar, além de trabalharem em serviços domésticos. A compra de escravos era realizada através da troca por aguardente, tabaco e panos fabricados em Cabo Verde (BARCELLOS, 1908).

Barros (1939), no entanto indica que devido à grande distância, no início da colonização de Cabo Verde os portugueses preferiam se deslocar as ilhas da Madeira e Açores, por serem mais próximas, mais desenvolvidas e apresentar um melhor clima, o que limitava em muito o aumento da população de origem europeia no arquipélago, o que se tornou um problema para a ocupação da Ilha. Por isso, a coroa portuguesa estabeleceu monopólios de comercio e resgate de escravos aos que fossem se estabelecer nas ilhas (BRITO-SEMEDO, 2006). Este comercio muitíssimo rentável, atraiu uma quantidade maior de colonos para ocupar as ilhas, estabelecendo-se uma corrente de imigração, principalmente para a ilha de Santiago (BARROS, 1939).

Outra ação importante tomada pela corte portuguesa foi a extinção do sistema de capitanias em 1587, estabelecendo um governo geral no país, que atuava no controle colonial na África Portuguesa. O tráfico de escravos aumentou ainda mais no século XVII, embora a participação portuguesa neste comércio tenha diminuído. Assim o papel de Cabo Verde tornou-se cada vez mais relacionado à proteção das colônias e o comércio, atraindo uma quantidade cada vez maior de portugueses que se dedicavam a importação e exportação de produtos para Portugal.

Em meados do século 18, Cabo Verde passou a ter um papel relevante para Portugal e para o desenvolvimento do Brasil, sendo utilizado como um porto de suprimento e de escravos da oriundos da costa Africana. Assim, aproveitando das sua localização privilegiada, o país era utilizado como ponto inicial para exploração marítima e fluxo comercial português.

No entanto, durante o século XIX, a presença portuguesa diminuiu consideravelmente, devido a abolição do tráfico de escravos em 1876. Em 1879 a administração das ilhas tornou-se independente das outras colônias da costa da Guiné. No fim do século XIX, com a utilização de navios movidos a vapor, o porto de São Vicente configurou-se em um importante porto de reabastecimento (LOBBAN JR. & SAUCIER, 2007).

O início do século XX trouxe grandes mudanças para Portugal, como a derrubada da Monarquia Portuguesa em 1910 e o estabelecimento de um regime fascista em 1926. No entanto tais acontecimentos influenciam pouco Cabo Verde, que somente iniciou movimentos estruturados para melhoria de suas condições coloniais através da criação do Partido Africano da Independência de Cabo Verde e Guine Bissau (PAIGC), fundado em 1956 por Amílcar Cabral e companheiros guineenses e cabo-verdianos de forma clandestina.

Mateus (1999) indica que o PAIGC iniciou a promover requisições pacificas ao governo Português e a órgãos internacionais para melhoria na vida econômica, social e condições políticas em Cabo Verde. No entanto, estas demandas foram respondidas violentamente pelos portugueses em agosto de 1956 nas docas de Pijiguiti, Guiné-Bissau. Neste episódio, trabalhadores nacionalistas que estavam em greve foram massacrados, indicando que o único caminho para a resistência anticolonial seria a luta armada.

Em 1961 já existia resistência armada organizada pelo PAIGC, e em janeiro de 1963 iniciou-se a guerra nacionalista na Guiné-Bissau, que coincidiu com outros movimentos similares que ocorreram em toda a África portuguesa, como as guerras de libertação nacional de Angola e Moçambique, impossibilitando a continuação do controle português neste continente. Em 1972 o PAIGC controlava grande parte da Guiné Portuguesa, através de táticas de guerrilha, e da debilidade portuguesa em combater, face as dificuldades contextuais e logísticas (MATEUS, 1999).

Assim, a Guiné Bissau tornou-se independente em 24 de setembro de 1974, enquanto Cabo Verde tornou-se independente em 5 de julho de 1975. Embora contassem com um partido em comum o PAIGC, e tivessem um projeto nacional conjunto, Cabo Verde e Guiné-Bissau se distanciaram, principalmente após o golpe militar de 1980 na Guiné Bissau, conduzido por João Nino Vieira, gerando uma ruptura entre o partido nos dois países, criando então o PAICV – Partido Africano para Independência de Cabo Verde. O PAICV conseguiu se estabelecer como o partido único e governou Cabo Verde desde a independência até 1990, sendo liderado pelos militantes do PAIGC Pedro Pires e Aristides Pereira (MATEUS, 1999).

No entanto, movimentos democráticos foram ganhando força no continente africano durante fim dos anos 1980 e início dos anos 1990, questionando regimes unipartidários e militares, e exigindo proteção dos direitos humanos e também a eleição de governantes de forma democrática. Para responder a estas exigências, o PAICV realizou uma série de mudanças

legislativas e constitucionais para permitir o estabelecimento de outros partidos e a supervisão internacional das eleições. Assim, o estado de partido único foi abolido em 28 de setembro de 1990, e as primeiras eleições multipartidárias ocorreram de forma pacifica em Janeiro de 1991 (LOBBAN JR. & SAUCIER, 2007).

Em um resultado surpreendente, o partido recém criado por dissidentes do PAICV, o MPD – Movimento para Democracia, conquistou a maioria da Assembleia Nacional e derrotou o candidato Aristides Pereira com 73,5% dos votos.

Na última década, Cabo Verde conduziu cinco eleições presidenciais e legislativas, com transições tranquilas, que passaram a ser parte da cultura política do pais. As últimas eleições legislativas de Fevereiro de 2011, marcaram o retorno do PAICV para o poder, enquanto as eleições presidenciais, que ocorreram em 7 de Agosto de 2011, apontou como o novo presidente do país Jorge Carlos Fonseca do MPD (LOBBAN JR. & SAUCIER, 2007).

5.2.2 População

A população cabo-verdiana é resultado da mestiçagem entre colonos europeus e escravos africanos o que deu origem ao povo Crioulo. Segundo dados das Nações Unidas (2012) a população residente em Cabo Verde está estimada em 505.335 habitantes (2012), constituída por 250.292 (49,52%) homens e por 254.411 (50,34%) mulheres. Alcançou uma taxa média anual de crescimento de 1,42% no período de 2005 a 2010 (UN,2012).

Cabo Verde é um país jovem, que 40% da população tem menos de 14 anos e com uma média etária de 17,3 anos. A densidade demográfica é de 127 habitantes por km^2, sendo um país predominantemente urbano, pois 61,79% da população é residente em área urbana. A esperança média de vida vêm aumentando constantemente, em 1975 estava próxima aos 63 anos, em 2003, os 71 anos e em 2011 está em 74,2 anos, próximo a países desenvolvidos.

Alguns autores consideram que umas das maiores exportações cabo-verdianas são seu cidadãos que podem ser encontrados em todo o mundo. Estes cabo-verdianos no estrangeiro são uma importante fonte de remessas de recursos para o país (LOBBAN JR. & SAUCIER, 2007). As estatísticas sobre a emigração estimam que um pouco mais de 1 milhão de cabo-verdianos vivam fora do país, particularmente nos Estados Unidos (500.000), Portugal (106.000),

Holanda (37.500), Angola (35.000), Senegal (22.500), e mais 50.000 em países como Espanha, Brasil, Canadá, Itália e Alemanha. A distribuição dos cabo-verdianos no mundo pode ser vista através da Figura 22:

Figura 22: Mapa da Diáspora Cabo-verdiana

Fonte: Dicionário Histórico de Cabo Verde (2007) pg. 28 (LOBBAN JR. & SAUCIER, 2007)

O País apresenta atualmente uma taxa de migração líquida de -11.83 migrantes / 100 habitantes, estando entre as maiores taxas do mundo (MIGRATION INFORMATION SOURCE, 2009). A natureza imigratória é uma das características mais marcantes do povo cabo-verdiano, que acaba por influenciar todo o sistema de valores e também econômico, pois o país depende fortemente da ajuda externa recebida de cabo-verdianos e seus descentes que vivem em países Europeus ou nos Estados Unidos.

5.2.3 Aspectos Socioeconômicos

Cabo Verde possui uma economia aberta, porém pequena, com um PIB estimado em 1889 milhões de dólares em 2011, com crescimento médio de 6% na década de 80 e de 4,5% nos anos 90. Atualmente o país conta com um PIB per capita de 3.773 dólares (UN, 2012). Cabo Verde apresenta forte vulnerabilidade estrutural, depende fortemente de ajuda externa e devido ao seu pequeno tamanho apresenta incapacidade de se beneficiar de uma economia de escala para a criação de indústrias. O setor industrial do país se concentra em manufatura leve, representando somente 3,4 % do PIB (OECD, 2012).

O setor primário da economia cabo-verdiana, embora empregue 40% da população, somente contribui com 6% do PIB nacional. A cultura do milho é a mais importante, enquanto a pesca é basicamente de pequena escala e artesanal, apesar da grande área marítima exclusiva do país e da abundância de recursos marinhos (OECD,2012). O país possui poucos recursos naturais, escassez de áreas aráveis e um clima árido, que torna improvável que o país possa ser autossuficiente no médio prazo, ou que empregue mais pessoas no setor agrícola. Atualmente 90% das necessidades alimentícias do país são supridas através da importação. No entanto, construções recentes de barragens possibilitaram a criação de sistemas de irrigação que tem sido utilizados em plantações de frutas e vegetais

Desta forma, o país tem uma economia prioritariamente baseada em serviços (representando 80% do PIB), composta em majoritariamente pelo turismo, que têm uma participação de 26% no PIB. O setor de turismo é o maior responsável pelo fluxo de investimento direto estrangeiro (IDE), impulsionando também setores de construção e imobiliário. A composição percentual do PIB para os anos de 2006 e 2011 pode ser consultada na Tabela 8:

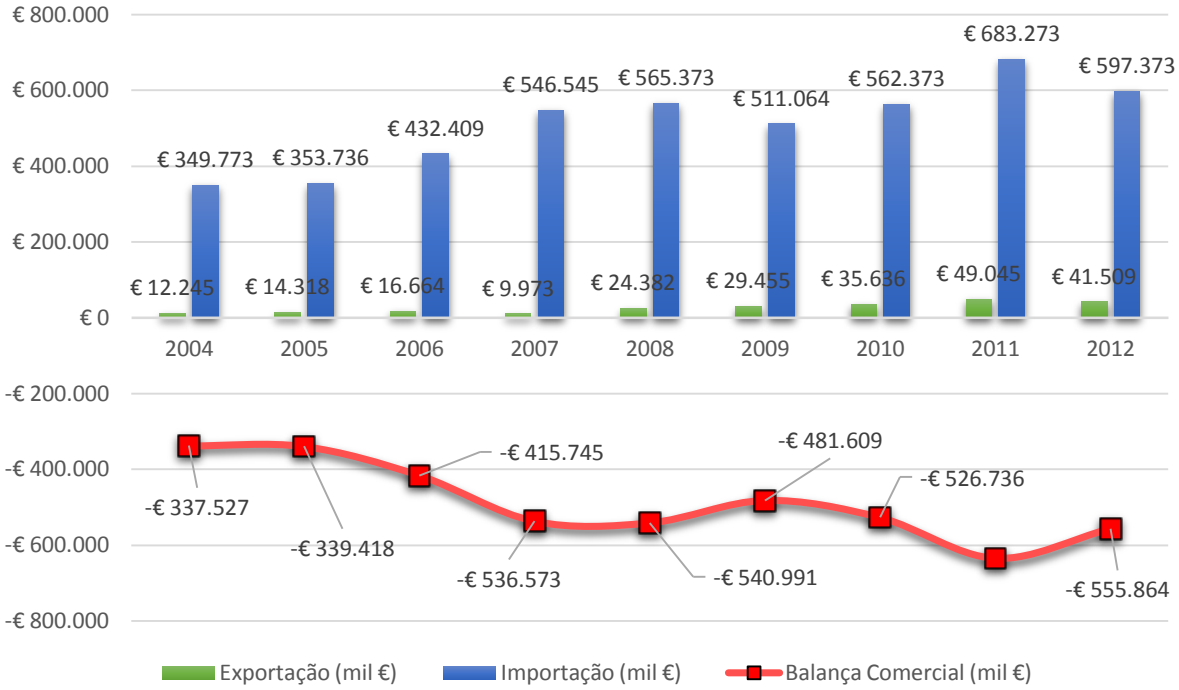
Tabela 8: Composição percentual do PIB Cabo-verdiano por Setor

Setor de Atividade	**2006**	**2011**
Agricultura, extração, pesca & caça	9,4	8,2
Mineração	3,5	3,5
Manufatura	3,7	3,4
Eletricidade, gás e água	0,4	0,2
Construção	10,5	10,7
Vendas de atacado e varejo, hotéis e restaurantes	23,7	26
Transporte, armazenagem e comunicação	23,8	23,6
Finanças, imóveis e serviços administrativos	7,6	7,2
Serviços Governamentais	14,5	13,9
Outros serviços	2,9	3,3
PIB a preços correntes/ custo dos fatores	**100**	**100**

Fonte: Departamento de Estatísticas do AfDB (2012)

A economia de Cabo Verde é fortemente dependente das importações, pois Cabo Verde possui fracas potencialidades produtivas, quantidade reduzida de indústrias, e pouca área cultivável, criando um déficit crônico na balança comercial. Cerca de 74,1% das importações de 2012 provêm da Europa. No ano de 2011 este percentual chegou a 81,7%, sendo Portugal o parceiro mais importante com 39,6% do valor total de importações em 2012, o Brasil representa 4,1% do total do valor importado em 2012, frente a 3,8% em 2011 (INE, 2013). A evolução da balança comercial cabo-verdiana no período de 2004 a 2012 pode ser consultada na Figura 23:

Figura 23: Balança comercial Cabo-Verdiana – 2004 a 2012 em milhares de Euros



Fonte: Elaboração própria com dados do Boletim do comércio Exterior 2012 (INE, 2013)

Dados do Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (INE,2013), indicam que os produtos mais exportados por Cabo Verde em 2012 foram as conservas de pescado, representando 43,3% do total das exportações e os peixes moluscos e crustáceos que se posicionam em segundo lugar com 40,7%, seguidos por vestuário (4,9%), calçados e suas partes (8,3%), e o restante das exportações somam somente 2,8% do total em 2012. Já a importação concentra-se em combustíveis (14,3%), reatores e caldeiras (7,3%), veículos automotores (5,1%), ferro e aço (5%) e máquinas (5,9%).

Os dados demográficos e econômicos apontam uma grande diferença em relação ao restante da África, tendo indicadores como a expectativa de vida, crescimento econômico e estabilidade política comparável a países desenvolvidos ou em desenvolvimento, completamente diferente da realidade enfrentada pela grande maioria dos outros países Africanos. Por exemplo, Cabo Verde é considerado como um dos quatro países Africanos a conseguir alcançar todos os Objetivos do Milênio até 2015. Pode-se destacar as melhorias na erradicação da pobreza extrema e fome, redução de mortalidade infantil e garantia da sustentabilidade ambiental, através do aumento do acesso à agua potável (AfDb,2012).

O país conta com uma das maiores taxas de alfabetização do continente (84,8%), valor bem acima da média subsaariana que é de 61,6%, além de possuir uma escolaridade média de estimada de 12 anos, estando entre os melhores de toda África, conseguindo ainda manter uma razoável paridade de gênero nos ensinos primários e secundários (AfDb,2012).

Uma das razões desse bom desempenho é atribuída a governança do setor público que é considerada exemplar, principalmente se considerado o contexto Africano. O país realizou reformar substantivas, que auxiliaram a diminuir a corrupção, melhorar a qualidade das transações, a despeito das dificuldades estruturais do país (AfDb,2012).

As reformas, foram em geral, motivadas pelas crises financeiras mundiais que se iniciaram em 2008. O governo cabo-verdiano, buscando mitigar os efeitos da crise implementou programas de estimulo fiscal, instalou sistemas que permitiram um melhor planejamento e controle de orçamento, otimização de procedimentos administrativos, além de forte desenvolvimento na área de governo eletrônico, permitindo que vários procedimentos pudessem ser executados online (AfDb,2011).

Todas estas reformas permitiram que o país conseguisse ótimas colocações nos rankings de governança, tendo conquistado a 45 posição no ranking de percepção de corrupção em 2012 (CPI, 2012). Outro importante ranking, o *Freedom House* (2010), classificou Cabo Verde como o país líder em relação a liberdades civis, direitos políticos e estabilidade no continente Africano, atribuindo ao país o papel de modelo de democracia e boa governança (AfDb,2012).

No entanto, embora as reformas tenham criados melhores condições no país, o desemprego ainda atinge altos níveis. Em 2012 a taxa de desemprego geral foi de 12,2 % e a de jovens

chegou a preocupantes 27,1%, ainda mais grave quando se considera que os jovens de 15 a 24 anos representam 50% da força de trabalho (INE, 2013).

Uma grande parte dos Cabo-verdianos trabalha sem contrato ou vínculo formal. Dados do Ministério de Qualificação e Emprego (2008) indicavam que 70,34 % dos empregados trabalhavam sem qualquer vínculo formal em 2006 (105.295 trabalhadores sem vínculo formal). Este percentual variou consoante à indústria chegando a 95 % no caso da empregadas domesticas a 7% no setor financeiro, o setor que apresentou maior taxa de trabalhadores devidamente registrados e trabalhando sob um contrato, o que lhes assegura os direitos trabalhistas.

O contexto internacional de crise, que deve limitar o crescimento cabo-verdiano para os próximos anos, torna ainda mais importante que se desenvolvam soluções locais para o emprego e criação de oportunidades (AfDb,2012). Este contexto, por outro lado, cria um grande interesse pela atividade empreendedora em Cabo Verde, pois as remessas de divisas que continuam a vir do exterior aliadas à falta de empregos formais em grande abundância são condições que permitem e incentivam que a economia local cresça através de uma maior oferta de serviços.

É importante destacar que boa parte desta mão-de-obra é constituída de alunos recém formados em países como Brasil, Portugal, França e Estados Unidos que ao regressarem ao seu país de origem não conseguem um emprego, nem no setor privado nem no setor público. Atento a este contexto, o governo Cabo-verdiano reconhece a necessidade do novo papel do Estado na sociedade e na economia no documento “Documento de Estratégia de Crescimento e Redução de Pobreza” (2004) indicando a grande necessidade de que a Administração Pública seja capaz de promover e apoiar a capacidade empreendedora, a competitividade e o crescimento como condição de alargamento da base produtiva do país.

Uma das metas do Governo Cabo-Verdiano para redução de pobreza é de “Promover o auto emprego desenvolvendo o espírito empresarial e de iniciativa dos microempresários” (Ministério da Qualificação e Emprego, 2008).

5.2.4 Identidade Nacional Cabo-verdiana

O povo Cabo-verdiano possui origens diversas, embora sua população seja formada majoritariamente de escravos vindos de países vizinhos da costa africana e de portugueses. O país foi formado através de ligações humanas e de recursos naturais com a costa Africana, com o poder político e econômico Português, com a acesso novos mercados no Brasil e Caribe e com marinheiros e pescadores na Nova Inglaterra, nos Estados Unidos.

A cultura cabo-verdiana, ou sua identidade, foi então criada desta mistura, de duas matrizes, a africana e a europeia, cada qual com características próprias, muitas destas características contrastantes devido a processos culturais diferentes que influenciavam diretamente costumes, valores, atitudes, processos e hábitos, proporcionando assim a desintegração das duas culturas, uma europeia herdada do pai, e a africana da mãe, levando a uma reconfiguração de identidades culturais, que levou a cultura crioula (BRITO-SEMEDO, 2006).

Esta grande conjunção de povos criou uma cultura bem definida, rica, crioula, que possuiu uma língua própria, música, literatura, comidas e vestimenta. A cultura cabo-verdiana não é tão somente portuguesa, ou africana, mas sim uma mistura com traços próprios, que dá origem e identifica claramente o seu povo crioulo, ou cabo-verdiano. Lobban Jr. e Saucier (2007) indicam que esta inter-relação entre características culturais europeias e africanas é tão completa que deve-se entender a cultura cabo-verdiana como uma sociedade distinta de outras culturas.

A distinção entre os nascidos em Cabo Verde, os crioulos e os portugueses, esteve presente desde uma época precoce em Cabo Verde, um século e meio após o início do povoamento. Esta dicotomia que colocava de um lado os crioulos e de outro os reinóis, ou portugueses do continente também acabava por representar uma outra série de dicotomias, como a cultura local e a cultura nacional(portuguesa), o popular versus o erudito, o cabo-verdiano versus o europeu, a língua crioula versus a língua portuguesa.

O crioulo cabo-verdiano é a língua materna e de comunicação em Cabo Verde, resultante de um processo longo que durou vários séculos, sendo uma adaptação do português do século XV, com uma gramática mais simples devido ao contato com as línguas dos negros levados para o povoamento da colônia. Uma língua crioula é considera uma língua que surge de interferência entre um ou mais idiomas, um europeu, e o outro normalmente africano ou asiático,

normalmente falados em grupos reduzidos de indivíduos, falado em todos os momentos sociais. Um exemplo do crioulo cabo-verdiano é apresentado em uma morna, um estilo musical tipicamente cabo-verdiano, de autoria de Cesária Évora, talvez a mais conhecida cabo-verdiana, a Diva dos pés descalços. A morna, juntamente com uma tradução livre para o português é apresentada no Quadro 17:

Quadro 17: Morna Cabo Verdiana – Miss Perfumado – Cesária Évora

Miss Perfumado	
Dixa'm morrê ta sonhá	Deixa-me morrer a sonhar
Na sombra di odjo magoado	Na sombra dos teus olhos tristes
Duma pequena gentil	Duma pequena gentil
Di corpo perfumado	De um corpo perfumado
Assim dixa'm môrré ô flor	Assim deixa-me morrer oh flor
Na sombra di bô odjinho	Na sombra dos teus olhinhos
Dixa'm morré ta sonhá	Deixa-me morrer a sonhar
Assim cuma pomba na sê ninho	Assim como uma pomba no seu ninho
Si pomba é feliz na sê ninho	Se a pomba é feliz no seu ninho
A mim também mi é feliz	Eu também sou feliz
Na sombra di odjo ma carinho	Na sombra do olho e carinho
Di Miss Perfumado	Duma Miss perfumada.

Lobban Jr. e Saucier (2007) afirmam que Cabo Verde gravita em torno da língua e literatura crioula, que acabam por produzir uma serie de contos, poesias, músicas, danças, vestidos, comidas, artes e manifestações culturais das mais diversas, baseadas no crioulo, sendo um elemento de união nacional. Não obstante as duras medidas portuguesas para reprimi-lo durante o período colonial, o crioulo conseguiu afirmar-se como língua franca, e segundo Veiga (1978) é a mais importante manifestação cultural e fundamento maior da identidade cabo-verdiana, sendo sinônimo de cultura cabo-verdiana.

Brito-Semedo(2006), em uma fundamentada e completa revisão sobre o processo de formação da identidade cabo-verdiana, defende que o processo de formação de identidade foi realizada em etapas, de forma progressiva e acumulativa. Ainda segundo o autor, este processo dependeu fortemente do estabelecimento de uma elite letrada, que passou a divulgar em periódicos não oficiais as ideias responsáveis pelo surgimento de uma identidade nacional cabo-verdiana.

Para entender melhor este processo, Brito-Semedo (2006) identificou períodos ou etapas distintas, afetadas por uma série de eventos externos que o autor nomeou da seguinte forma:

sentimento nativista (1856-1932), consciência regionalista (1932-1958) e a afirmação nacionalista (1958-1975).

Brito-Semedo (2006) indica que o nativismo foi um termo utilizado pelas elites africanas para exprimir o sentimento de serem os que possuíam os valores culturais dos povos que os formaram, com a identificação e com a ideia de futuramente serem um país autônomo. No caso cabo-verdiano, o nativismo pode ser atribuído a três fatores: o abandono das ilhas por Portugal, as crises periódicas que causaram fome e miséria e as diferenças de tratamento dado aos nativos, baseados em leis discriminatórias. As ideias nativistas, segundo Brito-Semedo (2006) mostravam que a elite ainda mantinha Portugal como sua pátria, assim como tinha fortes relações patrióticas com Cabo Verde, numa espécie de dupla nacionalidade, com amor de igual intensidade para as duas pátrias, como se os interesses não fossem conflitantes. Brito-Semedo (2006) cita o poema de Eugénio Tavares, "Cartas para América", para ilustrar este sentimento:

> *"Amo tanto o velho e glorioso Portugal que nunca me deixei arrastar pela paixão e pelo erro de lhe imputar o crime de não tratar como filhas, senão como servas, as colónias. Amo tanto a República que, ainda hoje lhe não exprobro o descuido de nos conservar fora do raio de acção das claridades democráticas projectadas pela Revolução. Amo tanto Cabo Verde que através de uma existência de lutas, de sofrimentos, com a minha carne lacerada e o espírito batido de decepções, ainda me esqueço de mim para pensar nele; ainda exponho o meu coração às setas ervadas dos meus inimigos, para o cobrir aos golpes dos que o desamam".* (Eugénio Tavares, "Cartas para a América", A Voz de Cabo Verde, nº 74, Praia, Janeiro de 1913) em Brito-Semedo (2006)

Assim, a fase nativista, considerada a primeira etapa do processo de construção da identidade nacional cabo-verdiana, foi retomada e expandida, posteriormente por uma nova elite, com uma ideologia regionalista, conhecida como Geração da Claridade (1936-1958) (BRITO-SEMEDO, 2006). O regionalismo seria uma atitude derivada da consciência das desigualdades, que motiva um espirito de contestação, uma busca por autonomia, uma visão mais local e focada nos problemas centrais de Cabo-Verde, incluindo as condições de vida do povo, diferenciando o do povo português e dando passos largos a uma diferenciação e consciência de possuir uma identidade própria, uma identidade cabo-verdiana.

Brito-Semedo(2006) indica que esta nova fase foi fortemente baseada no modelo brasileiro, que influenciou Cabo Verde através de um grande número de obras literárias brasileiras, derivadas

do modernismo, e de abalos da década de 1930, como a crise cafeeira, o declínio do Nordeste Brasileiro e profundas modificações das estruturas sociais.

O movimento literário brasileiro, modernista e com forte apelo regionalista, com autores como Graciliano Ramos (1892-1953), José Lins do Rego (1901-1957), Jorge Amado (1912-2001) e Érico Veríssimo (1905-1975), permitia que os cabo-verdianos se identificassem muito mais com esta literatura, do que a literatura portuguesa. Esta identificação com o Brasil, em especial com o nordeste brasileiro, deve-se ao fato que os dois povos compartilhavam em grande parte das mesmas dificuldades, do processo de formação histórico, da geografia, da alma do povo, da música, dos problemas sociais, de secas e dificuldades, embora em diferentes escalas, conforme foi exposto muito claramente por Jorge Barbosa (1956), em seu poema, "Você, Brasil":

> *"Você, Brasil, é parecido com a minha terra.*
> *As secas do Ceará são as nossas estiagens,*
> *com a mesma intensidade de dramas e renúncias.*
> *Mas há uma diferença no entanto:*
> *é que os seus retirantes*
> *têm léguas sem conta para fugir dos flagelos,*
> *ao passo que aqui nem chega a haver os que fogem*
> *porque seria para se afogarem no mar..."*

Fonte: Jorge Barbosa, "Você Brasil", in Caderno de um Ilhéu, Lisboa, 1956. Agora, in Jorge Barbosa. Poesias I, Praia, 1989, pp. 159-161 apud Brito-Semedo (2006, p.326)

Desta forma, assim como ocorreu no Brasil, os cabo-verdianos também focaram-se sobre a sua terra natal, seu povo, e seus problemas, deixando consequentemente de lado Portugal, voltando o foco para dentro, um olhar regional, iniciando desta forma um processo que culminaria no nacionalismo e a busca pela independência.

O movimento nacionalista foi marcado por uma aversão à opressão, que inicia-se em uma reafirmação cultural, que é então conduzida pela elite política cabo-verdiana ao reivindicar de forma consciente e explicita a sua herança africana, ao mesmo tempo que expõe o abandono sofrido pelo regime colonial, além das crises, inclusive os frequentes episódios de fome generalizada do arquipélago, clamando por uma posição de emancipação deste regime colonial, que deveria ser combatido (BRITO-SEMEDO, 2006). Esta reivindicação, embora tenha se iniciado exclusivamente como um protesto intelectual, ideológico, evoluiu para uma luta efetiva, armada, em um protesto cultural que representou uma ruptura com o antigo sistema e provocou a criação de um país e um povo independente, culminando na guerra de independência nacional, e a independência Cabo-verdiana em 5 de Julho de 1975.

6. Metodologia

Segundo Marczyk e colaboradores (2005) a ciência pode ser definida como uma abordagem metodológica e sistemática para a aquisição de novo conhecimento. Ao invés de observações meramente casuais e o uso de uma maneira informal de conhecer o mundo, os cientistas procuram gerar novo conhecimento através de observações cuidadosas sobre a realidade, utilizando abordagens sistemáticas, controladas e metódicas, desta forma sendo possível gerar conclusões válidas e confiáveis sobre o assunto estudado.

Sendo assim, a grande característica distintiva da pesquisa cientifica é o método científico, descrito por Roger Bacon no século 13, considerado como a base para toda a investigação científica, sendo uma abordagem para aquisição de conhecimento que não é limitada por um só método, mas geralmente composta dos seguintes elementos: abordagem empírica, observações, questões, hipóteses, experimentos, análises, conclusões e replicação (MARCZYK et al, 2005).

De acordo com Marczyk e colaboradores (2005) a pesquisa científica têm como objetivos responder a questões e adquirir novo conhecimento, sendo possível através de pesquisas que permitam inferências sobre o relacionamento entre duas ou mais variáveis, que podem ser conhecidos através da descrição, predição e entendimento/explicação.

A descrição é um processo que define, classifica e categoriza o fenômeno ou a amostra, determinando a relação entre duas variáveis ou eventos, ou o efeito de uma variável em outra, proporcionando informações sobre o componente médio de um grupo. Já o objetivo de predição, está normalmente relacionado a uma etapa posterior a descrição, ou seja, a partir de uma descoberta de relação entre variáveis busca-se prever uma resultado, comportamento ou característica, quando se conhece uma das variáveis. Finalmente a pesquisa explicativa, vai além, pois dá um entendimento do processo identificando sua causa, identificando uma relação de causalidade, que é dependente do desenho de pesquisa escolhido (MARCZYK et al., 2005).

Lincoln e Guba (2000) indicam quatro maneiras se ver compreender o mundo, ou paradigmas que refletem posições filosóficas: positivismo, pós positivismo, teoria crítica e construtivismo. O construtivismo relativiza as questões, defendendo que a realidade é socialmente construída e que os resultados da pesquisa são criados com métodos hermenêuticos e dialéticos, já a para a teoria crítica a realidade é historicamente determinada, ou seja, os métodos e conhecimentos

são subjetivos e relacionado aos valores culturais. Já a posição positivista indica que a realidade existe e através de pesquisa experimental, e desta forma pode ser objetivamente conhecida.

Já o paradigma dominante em áreas como a psicologia é o pós positivista, que assume que o nosso conhecimento sobre a realidade é imperfeito, mas que o grau de imperfeição pode ser diferenciado através de experimentação sistemática, baseada no princípio Popperiano da refutabilidade (LINCOLN E GUBA, 2000).

6.1 Método de Pesquisa

A presente pesquisa pode ser classificada como uma pesquisa comparativa, ou *cross-cultural*, de base universalista (BERRY et al, 2002; C. EMBER & M. EMBER, 2009), pois considera o impacto da cultura ao mesmo tempo que aceita a influência de vários outros fatores sobre o atitude empreendedora e a intenção empreendedora.

A pesquisa utiliza dados primários e pode ser classificada como de grande amostra (M. EMBER & C. EMBER, 2009), a cobertura geográfica é limitada a dois países: Brasil e Cabo Verde (VIJVER E POORTINGA, 1982), realiza uma comparação sincrônica, ou seja, considerando somente um período temporal (C. EMBER & M. EMBER, 2009). Podemos considerar a pesquisa como tendo inspiração pós-positivista, pois se reconhece as dificuldades e limitações ao se realizar comparações *cross-culturais*, e imperfeição na mensuração das variáveis principais do estudo. (LINCOLN E GUBA, 2000).

A pesquisa é do tipo não experimental, pois utiliza a técnica de *survey*. Como emprega esta técnica, a pesquisa também pode ser considerada um estudo correlacional, pois é conduzido para determinar relações entre variáveis (MARCZYK et al, 2005).

O *survey* ou levantamento estatístico é uns dos procedimentos mais utilizados para coletar dados em pesquisas quantitativas. Apresenta custo razoável, facilidade de aplicação e de resposta, simplicidade para coletar e analisar os resultados e posteriormente investigar relações estatísticas entre as variáveis estudadas, além possibilitar generalizar os resultados obtidos de uma amostra para toda a população. Pesquisas que utilizam *surveys* permitem obter dados em uma grande variedade de questões em que outros procedimentos de coleta não podem ser utilizados de maneira eficiente ou eficaz (EDWARDS *et al*, 1997).

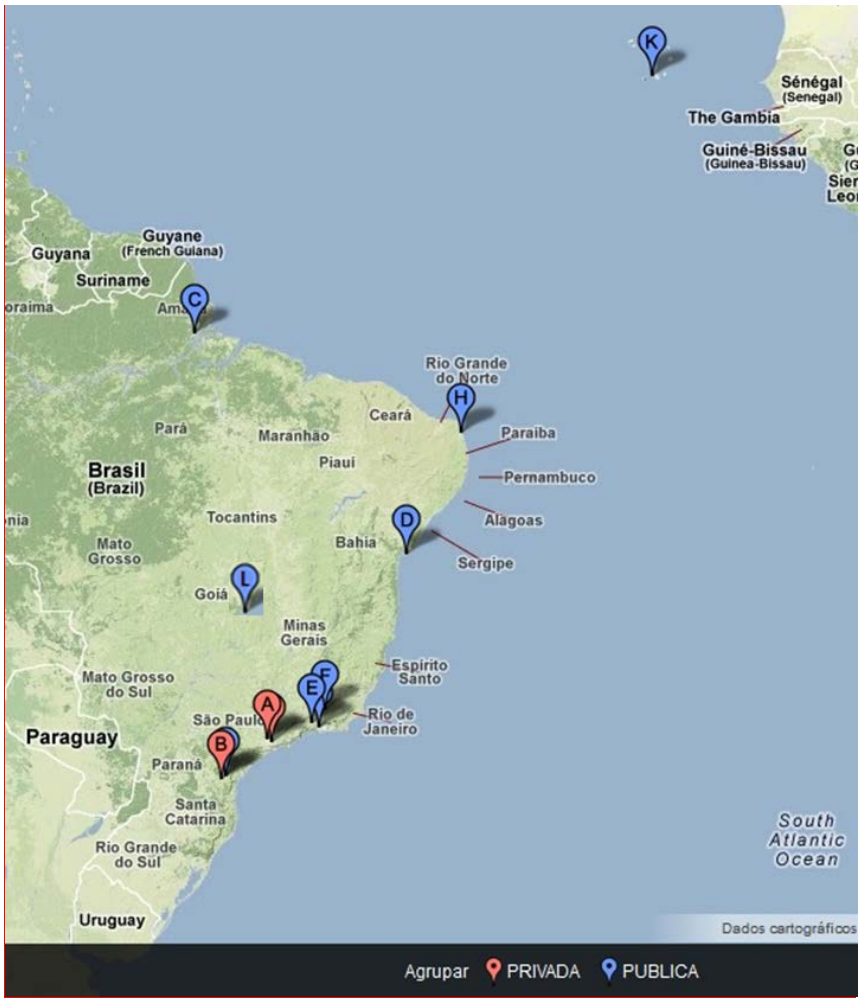
A unidade de amostragem são os alunos universitários, e o quadro amostral são as universidades brasileiras e cabo-verdianas. Segundo C. Ember e M. Ember (2000) quando se acessa as unidades de amostragem a seleção é realizada através de um quadro de amostragem, que permite ter acesso ou uma maneira de identificar as unidades de amostra.

Esta pesquisa utilizou as orientações de Campbell e Katona (1953) e seus nove passos para a condução de um estudo baseado em *survey*: a descrição dos objetivos gerais, objetivos específicos, definição da amostra a ser utilizada, o questionário ou instrumentos utilizados, questões sobre a administração do questionário, input de dados, plano de análise, tabulação, análise e discussão dos resultados. Após a definição dos instrumentos que seriam aplicados aos universitários nos dois países, os referidos instrumentos foram submetidos a um pré-teste com duas amostras com máxima semelhança com a população estudada.

6.2 Participantes

Participaram universitários brasileiros de diversos estados e universitários cabo-verdianos da Ilha de Santiago. Os locais de coleta de dados podem ser vistos na Figura 24:

Figura 24: Locais de Coleta de Dados



Fonte: Elaborado pelo autor com pontos de coleta plotados no Google Maps

Foram selecionados estudantes dos cursos de Administração e Gestão e cursos relacionados, de instituições públicas e privadas. A amostragem foi realizada por clusters de representatividade, com amostras colhidas nos 4 anos da formação superior, para detectar possíveis efeitos da formação na intenção de empreender. O Quadro 18 contém o perfil e a localização das universidades onde os dados foram coletados:

Quadro 18: Perfil das Universidades Pesquisadas

Universidade	Cidade	Estado	País	Agrupar
A	São Paulo	SP	Brasil	PRIVADA
B	Curitiba	PR	Brasil	PRIVADA
C	Macapá	AP	Brasil	PUBLICA
D	Salvador	BA	Brasil	PUBLICA
E	Volta Redonda	RJ	Brasil	PUBLICA
F	Juiz de Fora	MG	Brasil	PUBLICA
G	Curitiba	PR	Brasil	PUBLICA
H	Natal	RN	Brasil	PUBLICA
I	Seropédica	RJ	Brasil	PUBLICA
J	São Paulo	SP	Brasil	PRIVADA
L	Brasília	DF	Brasil	PUBLICA
K	Praia	Santiago	Cabo Verde	PUBLICA

Segundo Scherer *et al* (1989) o uso de estudantes para pesquisas sobre empreendedorismo aumenta o controle e homogeneidade. O uso de estudantes de Administração aumenta ainda mais a homogeneidade da amostra, pois os indivíduos que estão matriculados nestes cursos normalmente têm interesse em carreiras ligadas a gestão e supostamente têm a formação adequada para empreender negócios.

Schwartz e colaboradores (2013) também defendem o uso de estudantes para pesquisas de valores, e afirma que os resultados tendem a ser próximos dos observados nas populações como um todo. Além disso, limitando a amostra à estudantes é possível virtualmente controlar a possibilidade de que experiências anteriores na criação de uma empresa influenciem as orientações ou os seus valores em relação ao empreendedorismo.

6.3 Tratamento dos Dados Quantitativos:

O tratamento dos dados foi realizado por uma série de softwares, levando em consideração a adequação de cada aplicativo para cada fase da pesquisa e a familiaridade com a sua utilização. Foram utilizados os seguintes softwares: SPHINX, PASS, SPSS AMOS e SPSS.

A elaboração do questionário, layout, criação de estrutura de dados e a posterior tabulação foram realizadas no software SPHINX, pela sua facilidade de uso e recursos específicos para estes fins. O Software PASS (*Power Analysis and Sample Size)* versão 11, foi utilizado para determinar o tamanho da amostra e o poder estatístico, além de posteriormente testes post-hoc para assegurar que o tamanho efetivo de amostra obteve poder estatístico adequado para todos os testes utilizados.

As análises quantitativas foram feitas com o uso do software estatístico comercial SPSS, versão 21, para a produção de: i) estatísticas descritivas; ii) análises de correlação de Pearson, correlação de Spearman iii) análises da variância, inter e intragrupos, iv) modelos de regressão lineares simples e múltiplas,; v) Análise fatorial exploratória das escalas utilizadas, além de análise de consistência interna (Alfa de Cronbach); vi) comparação dos resultados entre os diferentes grupos, nomeadamente: homens e mulheres, faixa etária, região e outras comparações com relevância teórica ou prática. Todas as análises envolveram um nível de significância de 5%.

Finalmente, foi utilizado o software IBM SPSS AMOS versão 21, para análise fatorial confirmatória (CFA) e para Modelagem das Equações Estruturais (SEM), que é uma metodologia estatística para teste de hipótese de teoria sobre um fenômeno, incluindo as inter-relações entre os constructos. Os modelos podem ser testados estatisticamente de forma simultânea para verificar até que ponto o modelo teórico é consistente com os dados. Se houver ajuste adequado do modelo, utilizando uma série de critérios, pode-se considerar a plausibilidade das relações entre as variáveis, caso contrário, rejeita-se a hipótese de relação entre as variáveis estudadas. A metodologia de análise de equações estruturais se tornou popular para desenhos não experimentais de pesquisa nos últimos anos (BYRNE, 2010).

6.4 Instrumentos e Escalas Utilizadas

Os respondentes utilizaram instrumentos padronizados para fornecer informações sobre dados sócio demográficos, valores, atitudes em relação ao empreendedorismo e intenção empreendedora. As escalas utilizadas na pesquisa estão descritas nos próximos itens.

Foi utilizado um questionário sócio demográfico, a Escala de Valores Humanos de Schwartz (2001), o Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán & Chen (2009) e a três itens da Escala de Intenção Empreendedora de Thompson (2009), para propósitos de cross-validação. Os questionários foram redigidos considerando as diferenças entre o Português do Brasil e Português Lusitano, criando assim duas versões equivalentes de questionários. O questionário contou com um total de sessenta e três itens, a maioria em escala tipo Likert de cinco pontos, distribuídos em quatro páginas com tempo médio de preenchimento estimado em dez minutos. O questionário completo da pesquisa está disponível no Apêndice A.

6.4.1 Adaptação e Tradução das Escalas Utilizadas

As escalas selecionadas para o estudo já estavam disponíveis em língua portuguesa sendo amplamente utilizadas e validadas no contexto Brasileiro e Português. A Escala de Questionário de Perfis de Valores (QPV) foi validada no Brasil por Pasquali e Alves (2004) e adicionalmente por Tamayo e Porto (2009) e em Portugal (SCHWARTZ, 2009). O QIE de Liñán e Chen, (2009) também foi aplicado no Brasil em vários estudos, como por exemplo os trabalhos de Couto, Mariano e Mayer (2010) e Hecke(2011).

A escala de intenção empreendedora de Thompson (2009), com boas propriedades psicométricas e comprovada validade, é a única que estava disponível somente em inglês. A escala passou por um processo de tradução e tradução reversa, que significa que a escala foi traduzida do inglês para o português e depois do português para o inglês, e a tradução foi refeita até que não houvessem divergências entre o conteúdo das duas escalas.

Participaram nesta fase indivíduos nativos ou com fluência no idioma inglês, e com domínio de português, residentes no Brasil e em Cabo Verde, sendo divididos em dois grupos. O primeiro grupo recebeu a escala em inglês e apresentou uma versão traduzida para português, enquanto outra parte recebeu o item em inglês e apresentou uma versão em português. As versões foram conciliadas até que houvesse consenso que as versões eram equivalentes.

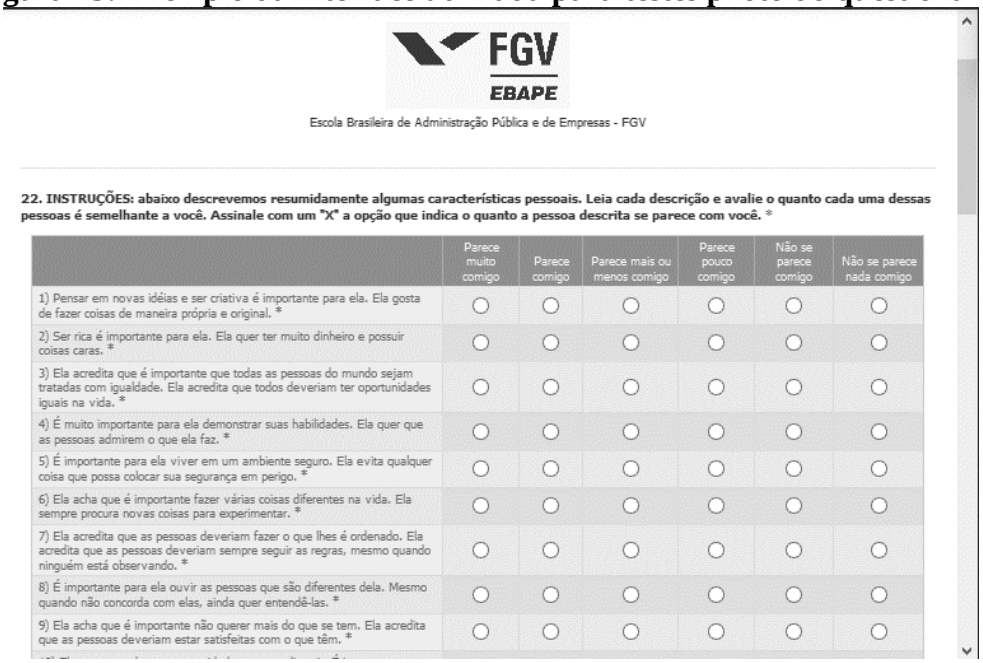
Para a aplicação em Cabo Verde, foi inicialmente cogitado o desenvolvimento de um instrumento na língua materna, o crioulo. No entanto, como a língua de instrução é o Português, e assim todos são os estudantes são efetivamente bilíngues, resolveu-se manter as escalas em português, corrigindo as diferenças entre as versões do português brasileiro e português lusitano, que é utilizado em Cabo Verde.

Este procedimento, de localização, foi realizado através de profissional, com formação em Línguas, Literatura e Culturas – Estudos Cabo-Verdianos e Portugueses, para garantir a correta compreensão por estudantes cabo-verdianos dos termos. Este processo levou a uma versão levemente alterada, mas equivalente do questionário presente no Apêndice A.

Foram realizados estudos piloto com universitários nos dois países para evitar problemas em relação ao layout, complexidade excessiva, estrutura das frases e assegurar compreensão dos participantes. Inicialmente utilizou-se uma ferramenta online para administração pesquisas informatizadas o *Survey Gizmo* da empresa Widgix, LLC (www.surveygizmo.com) para construir a pesquisa em formato online, o link gerado foi disponibilizado para uma lista de ex-alunos do pesquisador, residentes em Cabo-verde e no Brasil, além de colegas docentes para que verificassem e opinassem sobre o questionário, incluindo seu tamanho, clareza das frases e outros problemas que pudessem estar presentes.

O diagnóstico da própria ferramenta de *survey* também foi utilizado para verificar complexidade, fadiga ao responder e acessibilidade dos instrumentos, indicando não haver problemas com o questionário e o tempo estimado de 13 minutos para preenchimento, um exemplo de uma tela pode ser verificado na Figura 25:

Figura 25: Exemplo da interface utilizada para testes piloto do questionário



FGV
EBAPE
Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas - FGV

22. INSTRUÇÕES: abaixo descrevemos resumidamente algumas características pessoais. Leia cada descrição e avalie o quanto cada uma dessas pessoas é semelhante a você. Assinale com um "X" a opção que indica o quanto a pessoa descrita se parece com você. *

	Parece muito comigo	Parece comigo	Parece mais ou menos comigo	Parece pouco comigo	Não se parece comigo	Não se parece nada comigo
1) Pensar em novas idéias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original. *	○	○	○	○	○	○
2) Ser rica é importante para ela. Ela quer ter muito dinheiro e possuir coisas caras. *	○	○	○	○	○	○
3) Ela acredita que é importante que todas as pessoas do mundo sejam tratadas com igualdade. Ela acredita que todos deveriam ter oportunidades iguais na vida. *	○	○	○	○	○	○
4) É muito importante para ela demonstrar suas habilidades. Ela quer que as pessoas admirem o que ela faz. *	○	○	○	○	○	○
5) É importante para ela viver em um ambiente seguro. Ela evita qualquer coisa que possa colocar sua segurança em perigo. *	○	○	○	○	○	○
6) Ela acha que é importante fazer várias coisas diferentes na vida. Ela sempre procura novas coisas para experimentar. *	○	○	○	○	○	○
7) Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado. Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras, mesmo quando ninguém está observando. *	○	○	○	○	○	○
8) É importante para ela ouvir as pessoas que são diferentes dela. Mesmo quando não concorda com elas, ainda quer entendê-las. *	○	○	○	○	○	○
9) Ela acha que é importante não querer mais do que se tem. Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm. *	○	○	○	○	○	○

Fonte: Exemplo de tela do questionário em formato eletrônico.

Vale a pena ressaltar que a ferramenta informática para coleta de dados, embora inicialmente cogitada para ser o instrumento de pesquisa não foi utilizado para coleta de dados, somente para a fase piloto do questionário, por apresentar baixa taxa de resposta nos testes realizados.

Assim, após o teste piloto e correção de falhas, foi desenvolvida uma versão em papel, com o total de 4 laudas. Esta versão também passou por um processo de pré-teste, e sucessivas melhorias até que ficasse no formato final, disponível no Apêndice A.

6.4.2 Questionário Sócio Demográfico

Para compor o perfil sócio demográfico utilizou-se perguntas sobre gênero, idade, estado civil, faixa de renda, escolaridade, busca de informação sobre empreendedorismo, realização de cursos, presença de amigos e familiares empreendedores, entre outros. Estas informações foram coletadas com o propósito de comparar os diferentes grupos em relação aos valores, à intenção e atitude empreendedora.

6.4.3 Escala de Questionário de Perfis de Valores (QPV)

O Questionário de Perfis de Valores (QPV) inclui uma série de afirmação sobre 40 pessoas diferentes, cada afirmação um indicando um perfil, que descreve os objetivos, aspirações ou desejos que de forma implícita indicam a importância dada a um valor (SCHWARTZ et al, 2001; TAMAYO e PORTO, 2009).

O respondente deve identificar até que ponto a descrição se parece com ele em termos de valores particulares, em uma escala de seis pontos que varia entre “se parece muito comigo” até “Não se parece nada comigo”. Para Schwartz et al.(2001), a estratégia de comparar o perfil consigo mesmo ao invés se comparar com um perfil, foca somente os aspectos que estão sendo avaliados, caso contrário, o respondente poderia se concentrar em outras características e ao não encontrá-las na descrição, não perceber a similaridade entre os valores.

Estes itens descrevem o indivíduo em termos do que é importante ou não para ele, sem diretamente indicar valores como o tópico de investigação. Além disso, é importante notar que a comparação é feita por objetivos e aspirações (valores) ao invés de um traço, pois ter certos valores é diferente de possuir aquela característica. Por exemplo, o indivíduo pode achar que a criatividade é um princípio importante, sem, no entanto ser criativo, ao mesmo tempo em que alguém criativo pode não considerar a criatividade como um item que é central em sua vida (SCHWARTZ et al, 2001).

O instrumento utilizado, o Questionário de Perfis de Valores (QPV) foi amplamente validado no Brasil e no mundo por uma série de estudos, de diferentes naturezas e para uma grande variedade de amostras (TAMAYO e PORTO, 2009). Pereira, Camino e Bastos da Costa (2004) em estudo de validade do constructo e instrumento com 300 estudantes em uma universidade localizada na cidade de João Pessoa, indicaram que a escala é adequada para a análise de valores de estudantes universitários. Os itens relativos a escala estão disponíveis no Apêndice B.

Utilizou-se o procedimento sugerido por Schwartz e colaboradores (2009), que indica ser importante considerar não somente a resposta do indivíduo aos itens, mas também a sua tendência em sistematicamente responder os itens com itens mais extremos, e realizar o ajuste para a escala de valores. De maneira resumida, o procedimento consiste em calcular uma média dos itens respondidos para cada questionário, e padronizar o seu resultado, centralizando as respostas em relação à média daquele indivíduo, convertendo os resultados em valores absolutos que indicam a importância relativa entre os valores consultados, e as respostas fornecidas. Foi utilizado o procedimento e código sugerido por Schwartz e colaboradores (2009), conforme Apêndice D:

Este procedimento está baseado na maneira pela qual os indivíduos normalmente respondem a escala de valor, pois enquanto uns usam respostas de todo o espectro, isto é, indicam que as pessoas descritas se parecem muito com eles, enquanto outras não se parecem nada com eles.

Schwartz e associados (2009) indicam que se estas tendências forem ignoradas, pode-se inferir que todos os valores são importantes para o primeiro caso, e que nenhum valor é importante, o que não é verdadeiro.

A importância relativa das dez dimensões de valor, ou seja as prioridades relativas de valor, é uma das mais importantes contribuições deste modelo, pois o impacto dos valores sobre atitudes, sentimentos e o comportamento vêm de uma complexa interação entre estes valores, de forma simultânea. Assim, a importância relativa dos valores deve ser utilizada para entender e prever o impacto dos valores em outras variáveis, devido ao funcionamento do sistema de valores humanos (SCHWARTZ et al, 2009). No entanto, para análises fatoriais, e de Equações Estruturais, foram utilizados dados brutos, para evitar problemas de linearidade entre as respostas, que é criado quando se realiza uma operação de centralização de médias, conforme indicação de Schwartz e colaboradores (2009).

6.4.4 Escala de Atitudes e Intenção Empreendedora

O Questionário de Intnções Empreendedora (QIE) de Liñán & Chen (2009) foi utilizado no presente estudo para mensurar as dimensões de atitudes em relação ao empreendedorismo, percepção de controle sobre o comportamento, normas subjetivas e intenção empreendedora.

A escala completa contém 20 itens, distribuídos em quatro sub-escalas, com itens do tipo *Likert* de cinco pontos variando de “discordo totalmente” a “concordo totalmente” para três sub-escalas, enquanto a escala de normas subjetivas, que mensura o grau de aprovação de pessoas relacionadas ao respondente sobre uma eventual decisão de se tornar empreendedor. A escala varia desde “Desaprovaria a decisão” até “Aprovariam a decisão”, também em formato *Likert*.

O instrumento foi desenvolvido para superar limitações de outros instrumentos já existentes para medir a intenção empreendedora (e.g. Thompson, 2009) que eram compostos de itens únicos, ou não abarcavam todos aspectos de intenção empreendedora (como por exemplo consideração ou planos para iniciar uma empresa, planejamento, busca de informações, objetivo pessoal ligado a ser empreendedor). Assim o QIE tem como objetivo medir a intenção empreendedora e seus antecedentes, de acordo com o modelo de Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), usando os antecedentes de normas subjetivas, percepção de controle sobre o comportamento e atitudes pessoais em relação ao empreendedorismo.

A atitude em relação ao empreendedorismo (**Atitudes Pessoais**), segundo Liñán & Chen (2009) refere-se ao grau em que uma pessoa tem uma valoração positiva ou negativa sobre se tornar um empreendedor, incluindo itens afetivos (como "eu gostaria", "é atrativo"), além de itens avaliativos ("possui vantagens"). Este componente é mensurado por 5 itens (P1, P2, P3, P4, P5).

A dimensão **Norma Subjetiva**, ou apoio social, mensura a pressão social em realizar ou não comportamentos relacionados ao empreendedorismo. É um conjunto de três itens (P6, P7, P8) que questiona o nível de aprovação de família, amigos e colegas de trabalho e universidade caso o respondente decidisse se tornar um empreendedor e criar sua própria empresa.

Uma dos diferenciais da escala de Liñán & Chen (2009) é a inclusão da dimensão de apoio social, embora os autores não deixem claro o seu papel para predizer os outros antecedentes da intenção empreendedora, devido a uma discrepância entre achados sobre os efeitos das normas sociais na intenção empreendedora, atitudes e percepção de controle. O modelo de Liñán & Chen (2009) embora baseado na TCP, admite que o apoio social possa afetar as dimensões de percepção de controle do comportamento, de atitudes pessoais e na intenção empreendedora.

A Percepção de Controle sobre o Comportamento (**PCC**) é a percepção do indivíduo da relativa facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor, conceitualmente próximo à auto eficácia, com a diferença que a PCC inclui além da crença de ser capaz, a percepção de que o indivíduo tem capacidade de controlar (realizar ou não) o comportamento. Este constructo é medido por seis itens (P9, P10, P11, P12, P13, P14).

A Escala de Intenção Empreendedora, composta por seis itens (P18, P19, P20, P21, P22, P23) tem como objetivo mensurar o grau em que o indivíduo tem a firme intenção de abrir uma empresa em algum momento futuro, contendo questões sobre "objetivos profissional de se tornar empreendedor", "intenção real de iniciar uma empresa algum dia" e "esforçar ao máximo para abrir e manter uma empresa". Os itens da escala estão disponíveis no Apêndice C.

A escala já está disponível em português, e foi aplicada em amostras brasileiras, embora com resultados de validação conflitantes. Um estudo de Couto, Mariano e Mayer (2010) com 253 estudantes de Administração de Empresas de uma universidade pública do Estado do Rio de Janeiro, indicou que a escala não alcançou confiabilidade adequada em nenhuma das dimensões, sendo considerado inadequado para medir estes constructos. No entanto, podemos

apontar como limitações do estudo a falta de descrição sobre os procedimentos relativos a detecção outliers, teste de normalidade dos dados e outros pré-requisitos para uma análise fatorial. O método de análise fatorial utilizado foi o de componentes principais, também inadequado para estudar relações entre variáveis. Alguns valores negativos para o Alfa de Cronbach sugerem a presença de outliers na amostra.

No entanto, um estudo mais recente de Hecke (2011), utilizando uma amostra semelhante de alunos de Administração (n=317) e Contabilidade (n=126) no Sul do Brasil, conseguiu uma validade adequada da escala, com alfas de Cronbach variando entre 0,708 para normas subjetivas até 0,927 para Intenção Empreendedora. Tendo estes resultados em conta, a escala passou por um processo adicional de validação na presente pesquisa, utilizando análise fatorial confirmatória, sem precedentes em uma amostra brasileira, tanto pelo tamanho da amostra, como pela diversidade de regiões pesquisadas no Brasil.

Para a presente pesquisa também foi incluída uma versão reduzida da Escala de Intenção Empreendedora de Thompson (2009), composta de três itens (P15, P16, P17), com cinco pontos variando de “completamente certo” a “completamente errado” relativos a afirmações sobre o respondente, tais como: “Tenho intenção de ter uma empresa no futuro”. Esta escala será utilizada exclusivamente para cross-validação do QIE.

6.4.5 Procedimentos

Inicialmente os coordenadores dos cursos foram consultados para autorização de aplicação dos questionários, através de e-mail descrevendo a pesquisa, os objetivos e a amostra desejada. Após a devida autorização, os estudantes responderam os questionários em salas de aulas definidas conforme disponibilidade das turmas. Para a seleção de turmas, solicitou-se a grade curricular aos coordenadores dos cursos, contendo os horários de das disciplinas de cada curso.

Foram selecionadas disciplinas de início, meio e final de curso. Em seguida, solicitou-se aos professores das disciplinas a permissão para as aplicações dos questionários. Os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, sobre a condição de anonimato e também sobre o critério de voluntariedade da pesquisa, além de um orientação sobre o preenchimento do instrumento. Após o consentimento livre e informado, os respondentes utilizaram entre 10 e 15 minutos para completar todo o questionário.

7. Análise dos Dados

O capítulo de resultado das análises dos dados está distribuído em dois subitens, pré-análise de dados ou análise exploratória dos dados, e a análise de dados, pelos próximos itens: Caracterização da Amostra, Bootstraping, Análise Exploratória dos Dados, Analise de Dados Faltantes, Análise de *Outliers*, Testes de Normalidade dos Dados, Análise Fatorial Exploratória, Análise Fatorial Confirmatória, Testes de Validade e Confiabilidade das Escalas, Estatísticas Descritivas, Distribuição de Frequência, Comparação de Médias entre Grupos, Análises de Correlação, Análise de Regressão Linear Múltipla e Modelagem de Equações Estruturais.

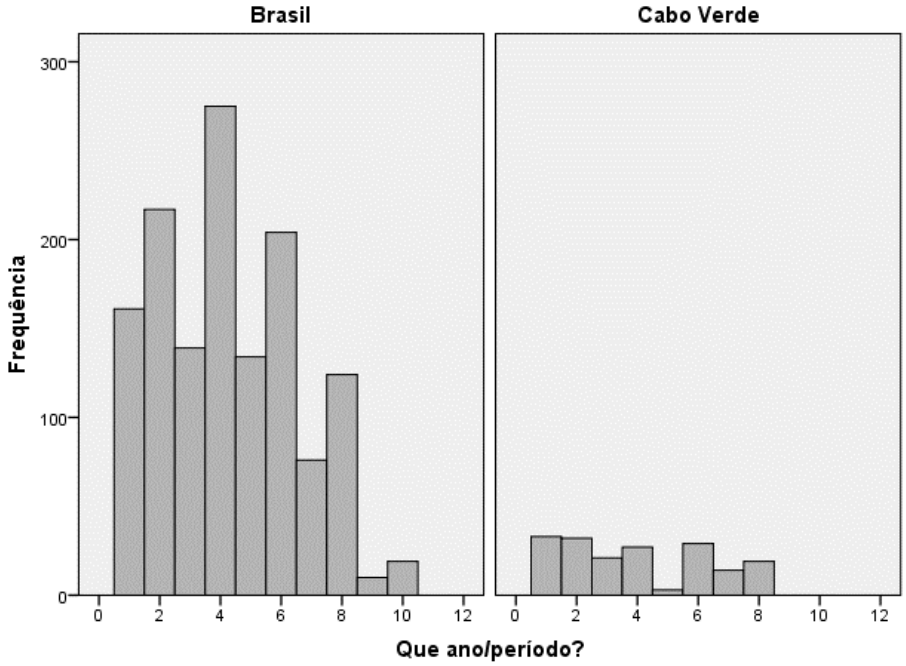
7.1 Caracterização da Amostra

Foram obtidos 1561 questionários nas cinco regiões Brasileiras, com estudantes de graduação majoritariamente de Administração (1268), embora alguns dados tenham sido coletados de outros cursos (291), pois o curso de Administração nas Universidades pesquisadas frequentemente possui disciplinas em comum com outros cursos de áreas correlatas, o que possibilitou também a comparação de efeito de curso em algumas variáveis.

A amostra foi composta majoritariamente de alunos do sexo feminino com 57,1% dos sujeitos da pesquisa. Em relação ao estado civil, 90 % dos respondentes, se declarou como solteiro e 6,7 % casados. Em relação à renda, no Brasil, a maior parte declarou-se como tendo renda familiar entre 622 a 1866 reais mensais (23,4%), e 70 % dos respondentes declarou renda de até 6220 reais mensais. Em Cabo Verde a renda se concentrou na faixa de até 50.000 escudos (500 €) mensais (76,7%), com apenas 7% com renda superior a 150.000 escudos (1.500 €).

A idade média total da amostra foi de 22,87, com desvio padrão de 5,187, com mediana 21, e a moda foi de 20 anos (n=260), variando de 17 anos até 57. Os alunos foram também selecionados em vários períodos do curso, para verificar a influência da formação nas variáveis dependentes do estudo, e para que houvesse uma representatividade de todos os períodos da formação universitária, conforme Figura 26.

Figura 26: Distribuição dos alunos por período Brasil e Cabo Verde



A Figura 26 nos mostra um relativo equilíbrio entre os períodos de estudo, considerando que a grande maioria dos cursos universitários em administração estão estruturados para ser cumprido em 8 períodos letivos. A presente pesquisa contou com estudantes de todas as Regiões Brasileiras, e contou com representantes de praticamente todos os Estados da Federação, conforme Tabela 9:

Tabela 9: Cruzamento entre região de coleta de dados e UF de Nascimento.

UF de nascimento	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sul	Sudeste	Cabo Verde	Total
Rio G. Norte	0	86	0	1	1	0	88
São Paulo	3	6	5	35	133	0	182
Ceará	0	1	4	2	1	0	8
Minas Gerais	1	3	7	6	103	0	120
DF	1	2	84	0	1	0	88
Amapá	64	1	0	0	0	0	65
Maranhão	4	0	0	0	2	0	6
Paraíba	0	4	2	0	3	0	9
Pernambuco	0	8	1	0	0	0	9
Sergipe	0	0	0	0	1	0	1
Bahia	4	169	7	1	4	0	185
Espírito Santo	0	2	0	1	2	0	5
Rio de Janeiro	1	3	9	6	266	0	285
Paraná	4	11	1	284	4	0	304
Santa Catarina	0	0	1	18	0	0	19
Rio G. do Sul	0	3	3	5	0	0	11
Mato G. Sul	0	0	2	5	1	0	8

Mato Grosso	0	0	0	1	0	0	1
Goiás	0	1	9	2	0	0	12
Amazonas	28	1	0	1	1	0	31
Cabo Verde	0	0	0	0	0	116	116
TOTAL	110	301	135	368	523	116	1553

Participaram da pesquisa representantes de 20 Estados Brasileiros, e também do Distrito Federal. Os dados indicam pouca migração entre os estados de nascimento e os estados onde estes alunos estudavam, justificando assim, o local de coleta como local de origem dos respondentes.

Os resultados também indicam que 45,2 % dos pesquisados já frequentaram disciplinas sobre empreendedorismo durante o curso de graduação no Brasil. Este número em Cabo Verde foi de 40,2 %. No Brasil somente 26,8 % dos alunos frequentaram qualquer curso de extensão ou extracurricular sobre o tema, que em sua maioria o realizaram no modo presencial (80,11%), enquanto 19,9% informaram ter realizado o curso à distância. Em Cabo Verde um percentual ainda menor de estudantes já realizou cursos extras, em um total de 21,4 % dos alunos, que realizaram exclusivamente de forma presencial.

A maioria dos alunos brasileiros busca frequentemente informações sobre empreendedorismo (56,1%), sendo que a fonte mais consultada é a internet (42,1%), seguida por revistas especializadas (22,6%), jornais (11,8 %) e cursos extra curriculares (13,6%) e TV (7,7%). Em Cabo Verde 77,4% dos alunos informaram buscar frequentemente informações sobre empreendedorismo, e indicam que as principais fontes são a internet com 44,5%, seguido por cursos (21,9%), jornais (16,8%) e revistas com 11%.

No Brasil, 77,6% indicaram ter parentes ou conhecidos empreendedores, destes a maioria indica que o pai ou mãe é empreendedor (26,7%), 12,5 % tem irmãos empreendedores e 31,2% tios ou primos, enquanto 27,1 % possuem amigos empreendedores. Em Cabo Verde 73,5 % afirmaram ter um empreendedor no ambiente social mais próximo, sendo que a maior parte conhece um amigo (36,7%), seguido por tios ou primos (25,7%) e 18,3% afirmaram ter irmãos empreendedores. Somente 18,3% dos Cabo-verdianos indicaram ter um pai ou mãe empreendedor.

Em relação a outro idioma, Cabo Verde apresentou índices mais altos de estudantes que dominam um outro idioma. Pouco mais de 75 % dos estudantes afirmou ter fluência em pelo

menos um idioma, com ênfase para o Inglês (51,7%), Francês (25,8%) e Espanhol (20,0%), enquanto no Brasil 58,93 % indicaram serem fluentes em pelo menos 1 idioma. Destes, 63,7 % assinalaram o Inglês, seguido pelo Espanhol com 21,5 % e Francês com 4,4 %.

No Brasil, 76,6 % dos respondentes já pensaram em abrir uma empresa, enquanto somente 50,6 % já pensaram abrir uma empresa familiar. Em relação a ocupação pretendida após o fim do curso universitário, os resultados foram bem próximos: 34,7 % querem atuar como donos de empresas, 37,00% como funcionários públicos, e 27,6 % tem como objetivo trabalhar em empresas públicas. Em Cabo Verde, 84,6% dos alunos afirmam já ter pensado em abrir uma empresa, enquanto 60,7% afirmam ter considerado abrir uma empresa familiar. Quase a metade dos entrevistados cabo-verdianos indicou ter como objetivo profissional ser dono de um negócio (47,4%), enquanto 29,1 % afirmaram ter como objetivo tornar-se funcionário público, enquanto somente 22,2% desejam trabalhar na iniciativa privada.

A preparação dos alunos para abrir uma empresa pode ser melhorada durante a formação universitária, pois dos alunos brasileiros, 73,8 % se consideram mais preparados para abrir um negócio do que quando iniciaram a graduação, ao passo que 94,7 % acreditam estar mais preparados para o mercado de trabalho, enquanto em Cabo Verde 62,5% consideraram estar mais preparados para o mercado de trabalho e 75% mais preparados para iniciar uma empresa.

7.2 Bootstrapping

Mooney e Duval (1993) definem bootstrapping como uma técnica não paramétrica que permite a pesquisadores chegarem a conclusões sobre características da população estritamente da amostra existente ao invés de se basear em premissas sobre a distribuição do estimador. Uma das tarefas principais da ciência social ao utilizar métodos quantitativos é realizar inferências sobre características populacionais, baseadas em estimadores, utilizando uma amostra populacional.

Bootstrapping é uma técnica de reamostragem para calcular medidas de precisão destes estimadores de uma amostra, permitindo uma estimação da distribuição de praticamente todas as estatísticas (EFRON & TIBSHIRANI, 1993; ARBUCKLE, 2012). O processo de bootstrapping considera que a amostra é equivalente a população e os parâmetros são estimados como valores reais, e ao invés de se basear em parâmetros predefinidos como a distribuição normal. O bootstrapping realiza um processo de amostragem com substituição dos dados da

amostra, usando a distribuição empírica calculada como uma distribuição real dos dados. Assim, emprega um grande número de computações repetitivas para estimar o formato da distribuição de cada estatística testada.

Mooney e Duval (1993) afirmam que as ciências sociais tem um interesse especial por uso de testes não paramétricos, que não se baseiam em premissas de que as distribuições de dados são normais. O bootstrapping amplia estes dados ao se basear na distribuição da amostra e não em distribuições hipotetizada sobre os dados.

A grande vantagem deste método é fornecer estimadores da população consistentes e não enviesados. O processo de bootstrapping produz melhores aproximações para alguns parâmetros estatísticos, convergindo mais rapidamente do que do que aproximações baseadas na teoria assintótica, conhecidos como refinamentos assintóticos, principalmente para a distribuição amostral de uma variedade de estimadores como média, mediana, coeficientes de regressão, correlação entre outros, especialmente quando a amostra tem parâmetros diferentes das distribuições teóricas, que são muitas das vezes premissas destes testes(ARBUCKLE, 2012). Também podemos inferir medidas de variabilidade e reprodutibilidade, ou seja a probabilidade de repetir um resultado ao se realizar uma nova amostra, e medidas de precisão e viés, indicando que um resultado representa o valor real do parâmetro

Assim, o bootstrapping pode ser utilizado quando a distribuição dos dados não pode ser comprovadamente normal, como por exemplo na estimação de regressão de coeficientes quando os resíduos não são normalmente distribuídos. E mesmo quando se utiliza os métodos clássicos de inferência, a técnica pode ser utilizada para verificar a violação de certas premissas destes modelos (MOONEY & DUVAL, 1993; ARBUCKLE, 2012).

Assim, para estimar de melhor forma os parâmetros desconhecidos na presente pesquisa foi utilizada a técnica de bootstrapping, sempre que disponível no software SPSS 21, e também no AMOS 21, nomeadamente para a estimação de média, mediana, desvio padrão, proporções, correlações, coeficientes de regressão entre outros testes e parâmetros. O procedimento foi utilizado também no teste de modelos de equações estruturais, permitindo uma melhor estimação dos valores corretos dos ajustes do modelo, cargas fatoriais, entre outros importantes parâmetros.

Acredita-se que utilizando esta técnica os parâmetros informados neste estudo terão maior confiabilidade, sendo menos afetados por erros amostrais e por distribuição dos dados não normais. Para testar a significância estatística de cada parâmetro estimado foram realizadas de 1000 a 3000 reamostragens com reposição, conforme sugestão de vários autores sobre o número adequado de amostras (EFRON & TIBSHIRANI, 1993; ARBUCKLE, 2012). Testes iniciais com os dados da presente pesquisa indicaram que aumentando este valor não houve melhora ou diferença significativa nas estimativas. Para garantir a reprodutibilidade dos resultados, o número aleatório inicial (*seed*) foi 07081981 utilizado no SPSS no AMOS.

7.3 Analises Exploratória de Dados

Hair e colaboradores (2010) são alguns dos autores que indicam que os dados brutos devem ser preparados e verificados antes de serem submetidos à análise estatística para verificar relacionamentos entre variáveis e testar hipóteses. Quando não se verifica a qualidade dos dados brutos pode-se gerar resultados tendenciosos que prejudicam de forma considerável a confiabilidade dos resultados, permitindo viés em várias estatísticas de estimativa da população.

A análise exploratória pode ser utilizada para revelar erros no processo de digitação de dados, análise de dados faltantes, detectar outliers, conhecer características da distribuição, como curtose e assimetria, realizar testes de normalidade, para determinar o uso de testes paramétricos ou não paramétricos. Estes testes estão presentes nos próximos subitens.

7.3.1 Análise dos Dados Perdidos

Uma das primeiras análises efetuadas em uma pesquisa baseada em *survey* é a análise dos dados perdidos ou *missing data*. No caso de pesquisas que utilizam questionários, normalmente estes dados perdidos tem duas origens principais: a primeira a recusa ou esquecimento de um respondente em marcar uma questão que lhe foi perguntada, e o segundo caso pode estar relacionado à fase de digitação dos dados (HAIR et al, 2010). Os dados perdidos em uma pesquisa podem gerar vários convenientes, especialmente se forem em grande quantidade, pois diminuem o tamanho total da amostra além de possivelmente apresentarem tendências, especialmente um viés entre o grupo com dados faltantes e os grupo que respondeu todas as questões.

Do ponto de vista operacional, a presença de dados perdidos também inviabiliza a realização de vários procedimentos estatísticos como a Análise de Equações Estruturais, que tem como requisito básico uma matriz de covariância completa para que os procedimentos de estimação possam ser realizados. Assim, após a detecção de um padrão de dados faltantes, deve-se proceder à imputação destes dados, ou a exclusão completa dos dados que possuem uma ou mais questões não preenchidas.

Para a análise dos dados perdidos as variáveis foram divididas em três grandes grupos: o primeiro grupo, relacionado à questões sócio demográficas e algumas sobre empreendedorismo, relativas a primeira página do questionário. Já o segundo grupo de questões, eram relacionadas ao Questionário de Valores Humanos (Questionário de Perfis de Valores) de Schwartz (2001), páginas dois e três. Finalmente o último bloco de questões englobava questões sobre atitude, normas subjetivas (apoio social) e intenção empreendedora, dos instrumentos de Liñan e Chen (2009) e de Thompson (2009), na última página (quatro).

Inicialmente foi realizada uma análise de frequências dos dados perdidos para identificar a extensão de ocorrência em toda a amostra, para as variáveis selecionadas. Foram utilizados 1561 questionários, o resultado para itens relacionados ao instrumento de valores humanos está disponível na Tabela 10:

Tabela 10: Análise de Frequência dos Dados Faltantes – QPV

Variável	N	Ausente		Variável	N	Ausente	
		Contagem	%			Contagem	%
V1	1554	7	,4	V21	1556	5	,3
V2	1557	4	,3	V22	1556	5	,3
V3	1555	6	,4	V23	1557	4	,3
V4	1556	5	,3	V24	1554	7	,4
V5	1556	5	,3	V25	1554	7	,4
V6	1553	8	,5	V26	1554	7	,4
V7	1557	4	,3	V27	1555	6	,4
V8	1556	5	,3	V28	1555	6	,4
V9	1558	3	,2	V29	1557	4	,3
V10	1556	5	,3	V30	1555	6	,4
V11	1558	3	,2	V31	1555	6	,4
V12	1556	5	,3	V32	1554	7	,4
V13	1557	4	,3	V33	1556	5	,3
V14	1557	4	,3	V34	1556	5	,3
V15	1553	8	,5	V35	1554	7	,4
V16	1556	5	,3	V36	1558	3	,2
V17	1556	5	,3	V37	1557	4	,3
V18	1554	7	,4	V38	1558	3	,2
V19	1557	4	,3	V39	1557	4	,3
V20	1556	5	,3	V40	1559	2	,1

Nota: V1 a V40 – Variáveis do Questionário de Valores Humanos (QPV)

Procedeu-se então a mesma análise, utilizando os dados referentes a escalas de intenção empreendedora de Liñán e Chen e (2009). Os resultados desta análise estão na Tabela 11:

Tabela 11: Análise de Frequência dos Dados Faltantes Intenção Empreendedora

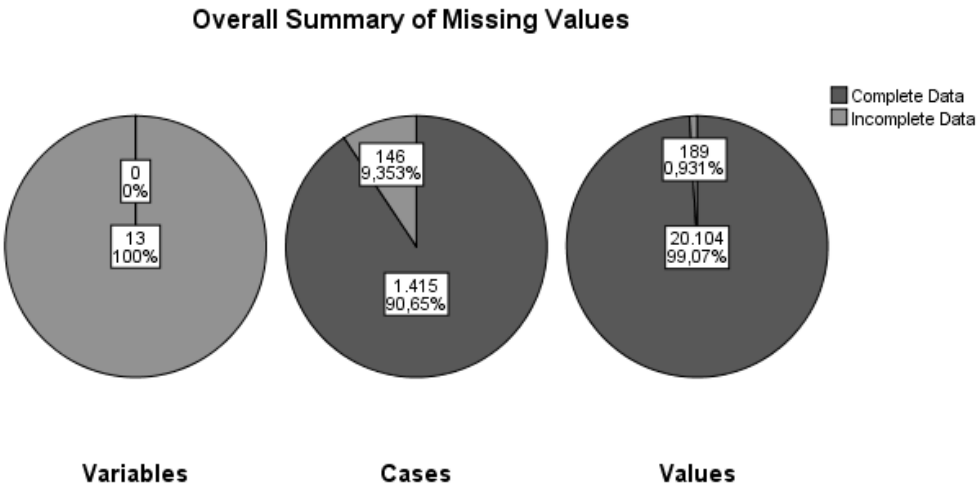
Variável	N	Ausente		Variável	N	Ausente	
		Contagem	%			Contagem	%
P1	1558	3	,2	P13	1557	4	,3
P2	1558	3	,2	P14	1558	3	,2
P3	1558	3	,2	P15	1557	4	,3
P4	1558	3	,2	P16	1556	5	,3
P5	1558	3	,2	P17	1558	3	,2
P6	1558	3	,2	P18	1558	3	,2
P7	1557	4	,3	P19	1558	3	,2
P8	1557	4	,3	P20	1558	3	,2
P9	1558	3	,2	P21	1558	3	,2
P10	1558	3	,2	P22	1558	3	,2
P11	1555	6	,4	P23	1558	3	,2
P12	1556	5	,3				

Nota: P1 a P23 – Variáveis do Questionário de Intenção Empreendedora

Os resultados das duas análises de frequência de dados ausentes indicaram um percentual extremamente baixo de dados perdidos, o que contribui positivamente para uma melhor qualidade da amostra e menor possibilidade de viés em relação à respondentes e não respondentes. Embora, estatísticas iniciais indiquem que não existiam problemas em relação à quantidade de dados faltantes, procedeu-se a uma análise detalhada destes dados faltantes, através de uma análise de padrões de dados ausentes do procedimento *MULTIPLE IMPUTATION*, implementado no SPSS versão 21, utilizando como corte variáveis com mais de 1% de dados faltantes.

A primeira análise foi realizada para dados da primeira página do questionário, ou seja, dados sócio demográficos, com 13 variáveis testadas (gênero, estado de coleta dos dados, renda familiar, idade, estado civil, curso, período na universidade, frequência em curso extracurricular sobre empreendedorismo, frequência em disciplina sobre empreendedorismo, busca de informações sobre o empreendedorismo, questão sobre ter pensado em abrir empresa, questão sobre pensar em abrir empresa familiar e expectativa ao final do curso universitário). O resumo das análises está presente na Figura 27:

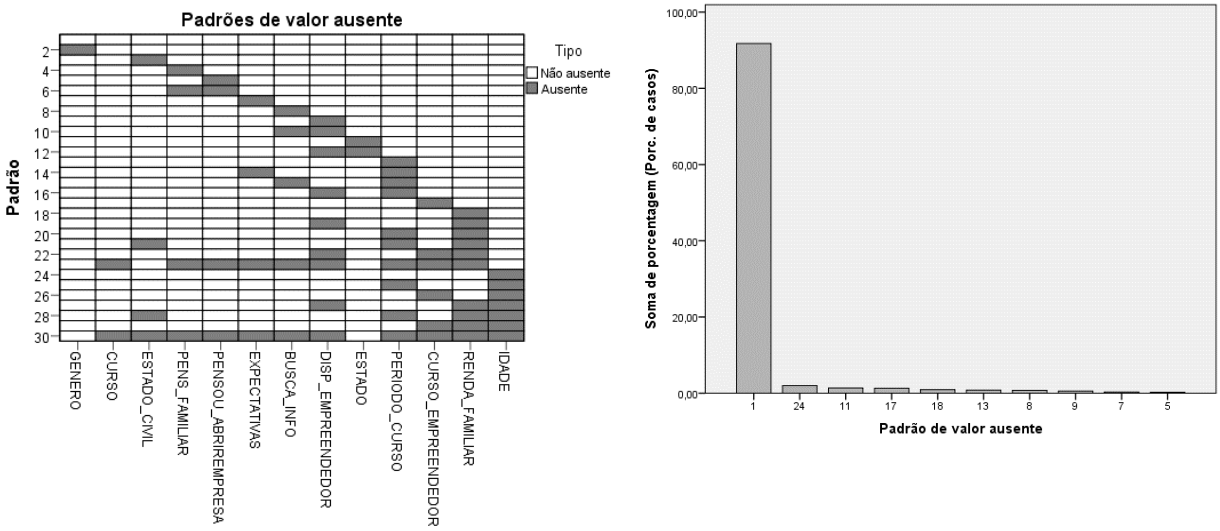
Figura 27: Resumo de dados ausentes variáveis sócio demográficas



A análise dos padrões indicou que 99,07% dos valores e 90,65% dos casos tinham dados completos, sem nenhum dado perdido. No conjunto de 13 variáveis sócio demográficas analisadas houveram cinco variáveis que obtiveram percentual acima de 1%, embora com valores baixos: a idade (36 dados perdidos, 2,3%, n válido= 1525), renda familiar (24 faltantes,1,8%, n válido=1537), a questão "Já realizou curso sobre empreendedorismo (extensão/extra)" com 27 dados faltantes, 1,6% dos dados e n válido=1534), o estado de nascimento (22 dados, 1,4%, n valido= 1539) e a questão já frequentou disciplina durante o curso universitário (18 casos, 1,2%, 1543 dados usáveis).

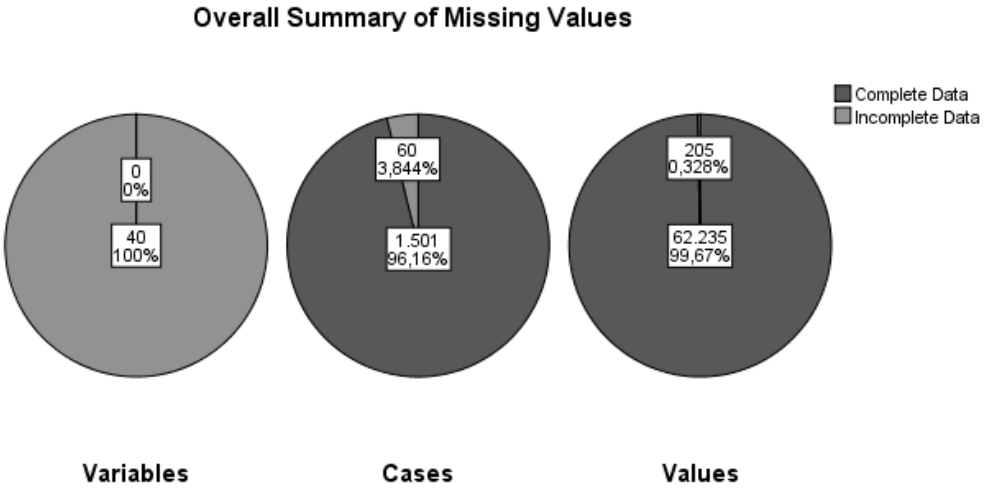
O procedimento *MULTIPLE IMPUTATION* gerou 30 padrões de dados faltantes, e foram verificados de forma detalhada os padrões de número 23,29 e 30, por contarem com uma grande quantidade de dados faltantes. Verificou-se que estes padrões foram resultado de problemas no processo de digitação de dados e de questionários não preenchidos pelos respondentes. No entanto, estes padrões foram uma parcela reduzida do total, conforme podemos verificar na Figura 28:

Figura 28: Padrão de Dados Faltantes – Dados Sócio Demográficos



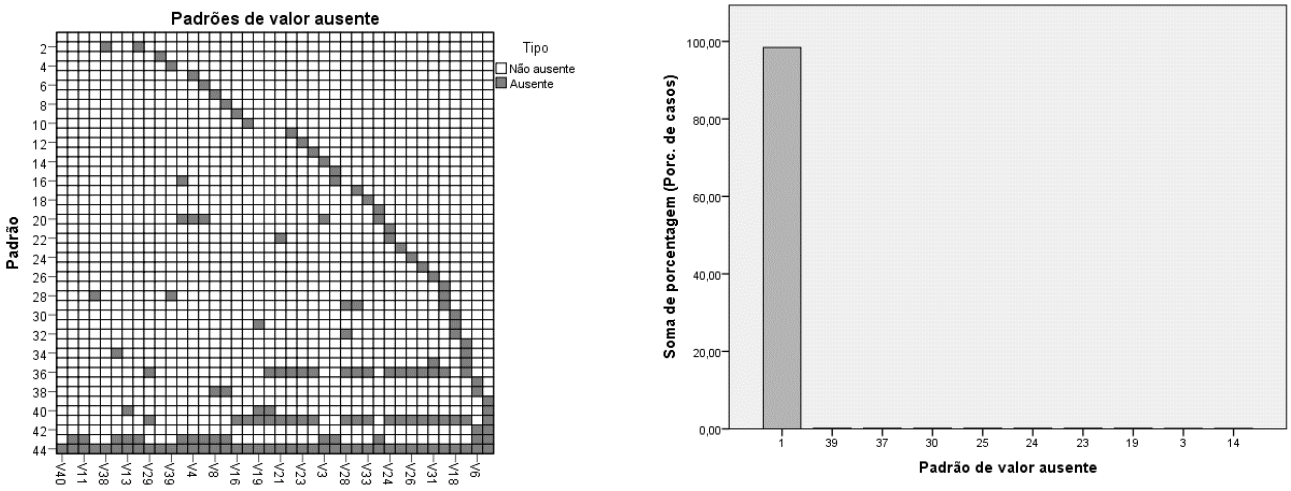
Também se realizou a mesma análise para os itens relacionados aos valores humanos, na escala QPV de Schwartz (2001), os resultados estão na Figura 29:

Figura 29: Resumo de Dados Ausentes Variáveis Escala de Valores Humanos



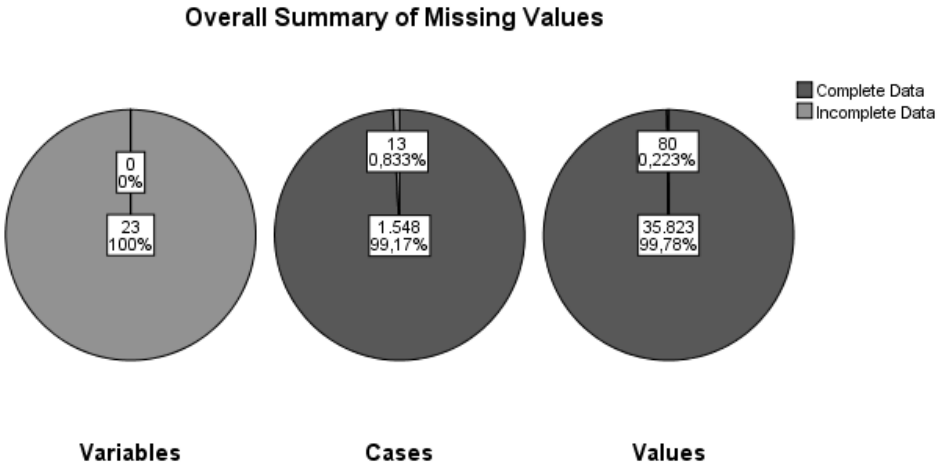
Nesta escala, apenas 60 casos apresentaram qualquer tipo de dados faltantes, com 217 itens não respondidos no total. Nenhuma variável apresentou mais de 1% de dados faltantes. Os valores encontrados, embora baixos, foram verificados através de uma análise de padrões de dados faltantes. Ainda assim foi gerada uma análise do padrão de dados perdidos para o instrumento de valores humanos, o resultado está na Figura 30:

Figura 30: Padrão de Dados Faltantes – Dados Escala de Valores Humanos



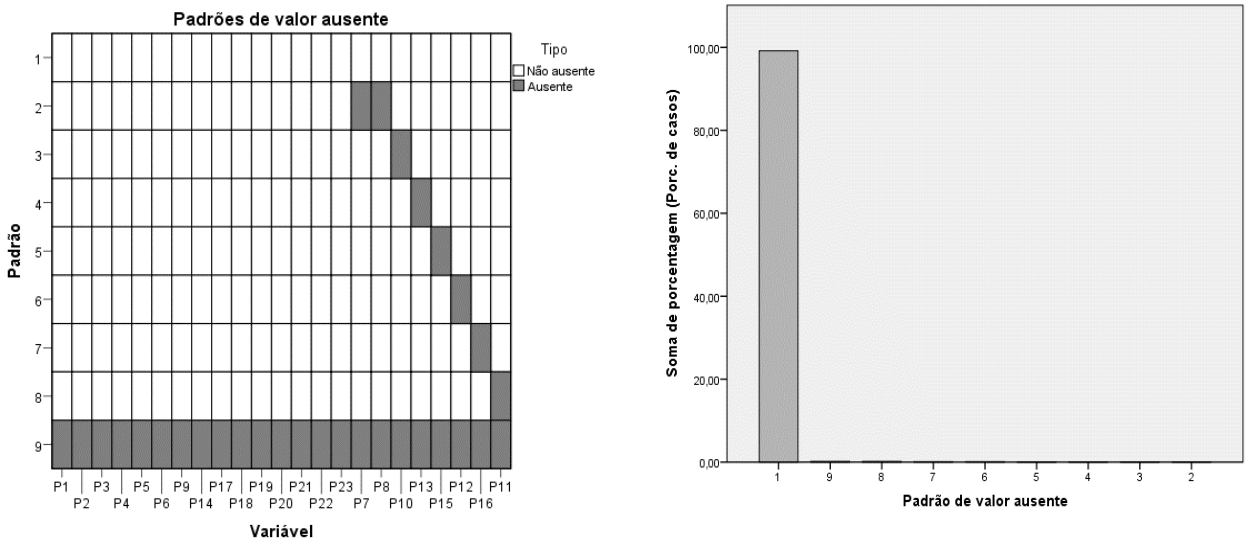
Podemos que perceber que os 44 padrões de dados faltantes não parecem ter relações, consistindo de dados isolados, os padrões de número 44, 41 e 36 foram analisados. Novamente trataram de falhas no processo de digitação de dados e também de questionários não preenchidos pelos respondentes e não detectados pelo pesquisador durante a aplicação dos instrumentos. Para o conjunto de dados relacionados à mensuração de características relacionadas ao empreendedorismo (atitude, intenção e normas subjetivas), a análise pode ser verificada no resumo na Figura 31:

Figura 31: Resumo de Dados Ausentes Variáveis Escala Intenção Empreendedora



Novamente, a análise de padrões de dados faltantes indicou uma quantidade ínfima de dados perdidos, totalizando apenas 13 casos (0,833 %) incompletos, e 80 valores (0,223%). Não obstante, foi realizada a análise de padrões de dados faltantes:

Figura 32: Padrão de Dados Faltantes – Dados Questionário de Intenção Empreendedora



O padrão encontrado, indica que não existiam problemas em relação a padrões de dados faltantes. Somente o padrão 9 (nove) com uma grande quantidade de dados perdidos foi analisado, e foi constatado tratar-se de erro de digitação, onde as observações não foram corretamente imputadas, procedendo assim a eliminação deste registro. Pode ser constatar também que o padrão 1, que indica que registros que não possuem dados faltantes foi aproximadamente 100%:

Verificamos que em geral, os dados faltantes não constituíram problema nesta amostra, tanto pela quantidade reduzida, como pela falta de padrões definidos que pudessem identificar uma tendência entre os respondentes e não respondentes. Este resultado positivo pode ser atribuído ao processo de coleta de dados, pois os dados foram rapidamente conferidos pelo pesquisador no momento em que os questionários eram devolvidos, e ao se detectar ausência de respostas, solicitou-se que estes dados fossem completados.

Já durante o processo de digitação de dados, foram também criados vários controles que exigiam respostas validas, além de filtros contra inconsistências. Por isso, o número reduzido de erros e dados faltantes. Embora a quantidade de dados faltantes tenha sido pequena, para que os questionários que possuíam dados faltantes pudessem ser utilizados, foi necessário completar estes valores.

Existem vários procedimentos para realizar essa substituição de dados, Hair (2010) indica que a substituição de dados perdidos pela média é um dos métodos mais utilizados, no entanto,

optou-se pela substituição utilizando método de regressão, por em geral, apresentar melhor confiabilidade, mantendo relação entre os dados respondidos e os dados faltantes.

Os dados sócio demográficos faltantes não foram substituídos por ser difícil a estimação destes fatores, além de desnecessário para as análises de regressão e equações estruturais. Assim, somente as escalas de valores humanos e empreendedorismo passaram pelo procedimento de substituição. Antes de realizar a substituição, foram descartados mais sete questionários por apresentarem mais de 50% de uma escala não preenchida, correspondentes aos padrões 9, 44 e 30 das análises anteriores. Assim, um total de nove questionários foi descartado.

Utilizou-se o método de substituição por regressão. Foram substituídos um total de 285 valores de um total de mais de 97.000 dados, o que representa 0,00301 % dos dados, resultando em um total de 1551 questionários utilizáveis (99,14%).

7.3.2 Análise de Outliers

Um valor outlier ou atípico é um dado que está excessivamente distante da norma para uma variável ou população. São valores que representam de forma inapropriada a população e não são representativos, e podem ser considerados como contaminantes dos dados. Em termos bivariados, um outlier pode ser considerado uma dado cuja resposta y não segue a linha geral do resto dos dados (OSBONE & OVERBAY, 2004).

Osbone e Overbay (2004) indicam que vários motivos podem causar observações discrepantes ou atípicas dos dados. O primeiro motivo está relacionado ao erro durante o processo de entrada dos dados, seja por digitação, importação de arquivos, codificação de variáveis, formulas entre outras razões. Uma outra razão possível é o viés causado pelo respondentes ou o relato intencionalmente errado, ou o preenchimento descuidado do instrumento de medida.

Também pode ocorrer quando a amostragem não é bem realizada e são selecionados sujeitos com parâmetros diferentes da população do estudo. Estes sujeitos podem ser inclusive casos interessantes para análise, por ter escores demasiadamente alto ou baixo, podendo apresentar relevância teórica, mas se forem mantidos no estudo, sem ser devidamente identificados podem afetar significativamente os resultados.

A presença de outliers nos dados afeta profundamente o resultado das análises estatísticas. Osbone e Overbay (2004) apontam três principais problemas: o aumento da variância do erro associado a menor poder estatístico, a piora na normalidade dos dados, e a influência nos estimadores obtidos, como por exemplo: coeficientes de correlação, médias, desvio padrão, coeficiente de regressão entre outros. Diz-se que um ponto é influencial quando modifica de forma desproporcional qualquer componente de uma análise de regressão, como respostas, coeficientes de inclinação (*slope*) ou resultados de testes de hipótese.

Osbone e Overbay (2004) indicam que o procedimento de remoção de outliers é defendido pela grande maioria dos autores, especialmente para identificar outliers que não deveriam estar presentes nos dados (erros de codificação ou outros problemas mais graves), tendo defensores do procedimento mesmo em casos onde são respostas verdadeiras, mas fora dos parâmetros populacionais. Poucos autores defendem a manutenção de outliers nos dados. Assim, um dos primeiros passos antes de analisar os dados é a remoção de dados considerados outliers. Foram adotados diversos procedimentos para identificar casos que teriam valores extremamente altos ou baixos e não seriam portanto representativos ou validos para o teste das hipóteses.

Para detectar erros de entrada de dados, foi realizada uma análise de frequência de dados para identificar se algum dado poderia estar fora da faixa de valores permitidos para cada variável (escalas de valores humanos e intenção empreendedora), sendo assim um dado extremo resultante de erro de codificação. Os resultados indicaram o valor mínimo de 1 para as variáveis relacionadas a escala de valores e de empreendedorismo, e 5 como sendo o máximo para a escala de empreendedorismo, e 6 para a escala de valores, mostrando que os dados estão em conformidade e erros na entrada de dados não causaram nenhum dado discrepante.

Posteriormente foi realizada a exclusão de questionários que apresentaram mais de 72,5 % de respostas no mesmo ponto na na Escala de Valores Humanos, o que corresponde a 29 itens. Isto significa que se o respondente marcou a mesma opção (por ex. concordo totalmente) em pelo menos 29 das 40 respostas possíveis. Este procedimento foi executado e recomendado por Schwartz (2009) na computação de escores de sua escala, o script utilizado está presente no Apêndice D.

O objetivo deste procedimento é evitar que uma escala seja preenchida com apenas um intervalo dentro da escala Likert, o que segundo o autor pode indicar um preenchimento não cuidadoso

por parte dos respondentes, que não discriminaram os itens, ou sofrem de um viés ou uma tendência sistemática de concordar ou descordar das alterativas apresentadas.

Com este ajuste, pode-se evitar três tipos de viés: o de tendência central, onde os respondentes marcam os itens no meio da escala, o viés de concordância ou discordância, no qual o respondente tende a concordar ou discordar das afirmações sistematicamente, independente do conteúdo das afirmações e também o viés de desejabilidade social, onde respostas que são vistas como mais adequadas são utilizadas, em detrimento de respostas reais. O resultado do procedimento executado está disponível na Tabela 12:

Tabela 12: Viés na reposta da Escala de Valores Humanos

Região de Coleta	Respostas concentradas (Frequência maior ou igual a 28)	Respostas não concentradas (Frequência menor que 28)	Total
Norte	2	101	103
Nordeste	4	296	300
Centro-Oeste	0	138	138
Sul	4	371	375
Sudeste	6	515	521
Cabo Verde	4	110	114
Total	22	1531	1551
Proporção entre as categorias igual a nível 0,05 de confiança. (Teste qui-quadrado) (4 cells (33,3%) have expected count < 5)			

Os resultados indicaram que o item mais frequente foi “se parece muito comigo” (15 usuários reportaram mais que 28 vezes), “se parece comigo” (9 respondentes) e “se parece pouco comigo” (1 respondente). O mesmo procedimento foi executado para usuários que respondessem de forma excessivamente concentrada escala de empreendedorismo, indicando possível falta de atenção ao responder a pesquisa ou mesmo ser um grupo a parte, e não representativos da população estudada, quando respondessem 23 dos 25 itens com a mesma resposta.

Foram excluídas da análise outros 14 casos (Norte=2, Nordeste=3, Centro-Oeste=0, Sul=5, Sudeste=4), sendo excluídas no total 33 casos. Após a remoção dos dois padrões possíveis de problemas no preenchimento das escalas (escala de empreendedorismo e de valores culturais) a amostra ficou com 1518 participantes. Não foi detectado viés significativo em relação a região

em responder sistematicamente a escala de valores ou de empreendedorismo em prioritariamente em um item (p-valor<0,05).

Para a detecção de outliers uni variados, existem vários procedimentos que são normalmente utilizados: incluindo análise de frequência, histogramas, box-plots, e gráficos de normalidade P-P. É comum realizar a padronização dos dados, em escores Z, e verificar quais casos tem um escore Z superior a 2,5 ou 3 desvios padrões (Hair et al, 2010). No entanto, embora os dados possam não ser outliers univariados (extremos em um valor), ainda existe a possibilidade que a combinação de resultados ou relacionamento entre variáveis apresente tal comportamento.

Por isso, foi verificada a distribuição bivariada entre as principais variáveis do estudo, através de gráfico de dispersão. Os dados indicaram possíveis outliers, que foram marcados no arquivo de dados, e foram posteriormente analisados através de resíduos de uma regressão linear. Foi escolhida a regressão contra a intenção empreendedora, operacionalizada como a soma simples dos itens que compõem a escala.

Como preditores, foram utilizados a atitude em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas e percepção sobre o controle de comportamento. Todos as escalas foram computadas como a soma simples de seus itens, sem qualquer teste de confiabilidade ou fatorial das escalas, pois tais testes foram executados posteriormente e serão apresentados nos próximos capítulos.

Os diagnósticos baseados em regressão foram desenvolvidos para verificar o impacto de uma observação nos parâmetros estimados. Assim, se ao se retirar uma observação houver mudança significativa nos parâmetros, a observação é considerada influencial (HAIR et al, 2010). O residual padronizado é um dos indicadores mais utilizados para verificar o bom ajuste de um modelo e também a presença de dados atípicos. Os residuais são calculados como o resíduo ou erro de previsão dividido pela estimativa do erro padrão de previsão, portanto com uma média 0 e desvio padrão 1. Normalmente considera-se outlier as observações que tem resíduos entre maiores que |3|(HAIR et al, 2010).

Outro critério bastante utilizado é a distância *Mahalanobis* (D^2), que é a calculada como a distância euclidiana padronizada entre cada caso e a média multivariada do grupo, conhecido como centroide, então cada caso é testado segundo uma distribuição qui-quadrado com k graus de liberdade (onde k = número de preditores) ao nível de significância de 0,001 (HAIR et al, 2010). Para o teste atual o valor crítico de qui-quadrado foi de 16,27 (df=3).

Outro grupo de diagnóstico, estima o impacto de se remover cada observação em vários parâmetros de uma regressão: como coeficiente de regressão, intercepto, ajuste, entre outros. De forma resumida estes testes calculam duas equações, uma utilizando a observação e outra a retirando, e verificam de que forma varia o resíduo, o ajuste ou os parâmetros da equação, normalmente comparando o resultado com uma distribuição t.

Idealmente nenhum destes testes de discrepância deve ser utilizado como parâmetro único para determinar se um dado é outlier ou não, iniciou-se a análise visual e dos resíduos e os dados foram marcados, posteriormente foram selecionados as observações com distancias de *Mahalanobis* (D^2) maiores que o valor critico de 16,27, além de residuais maiores que 3 e menores que -3. Além disso, foi utilizado o método gráfico para detectar os outliers, conforme podemos verificar no Apêndice F.

Conseguiu-se uma convergência entre as várias métricas e técnicas para se detectar dados discrepantes. Foram detectados pontos discrepantes através do gráfico de regressão parcial. Estes foram selecionados e comparados com várias medidas de distância: *Mahalanobis* (D^2), Residuais deletados padronizados e não padronizados, distancia de Cook's, diferença padronizada e não padronizada dos ajustes, valor previsto, intercepto, coeficientes de regressão.

Utilizou-se como critério a classificação do item como outlier, considerando pelo menos dois critérios (inspeção visual, D^2 de *Mahalanobis* significativo, z residual acima de 3, DFIT). Com base nestes critérios, foram excluídos 26 questionários. Os valores excluídos, juntamente com seus critérios estão disponíveis no apêndice C. A amostra já descartando os outliers foi de 1496 questionários, e segundo testes de proporção os questionários retirados estavam aleatoriamente distribuídos em relação as regiões geográfica, conforme Tabela 13:

Tabela 13: Amostra Final após retirada de dados discrepantes

Região de Coleta	Retirados da Amostra Final	Mantidos na Amostra Final	Total
Norte	5a	98a	103
Nordeste	17a	283a	300
Centro-Oeste	2a	136a	138
Sul	9a	366a	375
Sudeste	16a	505a	521
Cabo Verde	6a	108a	114
Total	55	**1496**	1551

7.4 Analise de Normalidade dos Dados

Existem uma grande gama de métodos para verificar se uma variável tem distribuição próxima da curva normal. As distribuições normais são extremamente importantes nas análises estatísticas e são frequentemente utilizadas nas ciências sociais, quando as variáveis não tem sua distribuição conhecida. O teorema de limite central indica que a média de um grande número de variáveis selecionadas aleatoriamente é distribuído de forma normal, não importando a forma da distribuição original, segundo a função de densidade normal:

$$f(x) = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(x-\mu)^2}{2\sigma^2}}$$

Onde μ é a média ou a expectativa da distribuição, que no caso da distribuição normal é também a mediana e a moda, o parâmetro σ *é o* desvio padrão e a variância σ^2. Uma grande quantidade de testes estatísticos, ditos paramétricos, partem do pressuposto que os dados são normais, ou aproximadamente normais, e uma violação a estes pressupostos podem levar a resultados estatísticos enviesados, ou não confiáveis. Por isso é de grande importância a realização de testes de normalidade dos dados, antes de aplicação de testes estatísticos paramétricos (HAIR et al, 2010).

Um grupo de métodos utilizados para verificar a normalidade dos dados é baseado em uma verificação visual, de frequências, gráficos e distribuições, enquanto o outro grupo de métodos está mais relacionado à execução de testes estatísticos de verificação de normalidade dos dados, que podem ser baseados em comparação de valores de assimetria ou curtose dos dados, gráficos P-P de distribuição dos dados, onde os valores encontrados devem estar próximos a uma linha diagonal, além de testes inferenciais como o teste Kolmorogov-Smirnov ou o teste W de Shapiro-Wilk's W. Considerando as limitações dos métodos visuais e também de estatísticas, utilizou-se as duas abordagens, considerando a sua complementariedade para detectar desvios da normalidade. Inicialmente foram verificadas a normalidade dos itens que compõe as escalas, e em um segundo momento as escalas ou constructos estudados.

A distribuição dos itens foi consultada através do procedimento FREQUENCIES do SPSS, onde a assimetria e curtose de cada item foi estimada através de um *bootstrap* com 1000 amostras, disponível no Apêndice G. Os resultados indicaram que dos resultados apenas dois itens tiveram assimetria significativamente maior que 1, considerando intervalo de confiança

de 95%. P3, P4 e P6, enquanto somente cinco itens (P,16, P17, P18, P19, P20) da escala de empreendedorismo apresentaram curtose acima de 1, e a variável M3, da escala de valores humanos.

Seguindo recomendação de Hair e colaboradores (2010), um *skew* maior que +1 ou -1 é considerado assimetria elevada, entre + 0,5 a +1 e entre -0,5 a -0,5 moderada, e entre 0,5 e -0,5, aproximadamente simétrica, indicando que a maioria dos dados são aproximadamente simétricos. Os dados também foram plotados através do software SPSS, onde a distribuição dos dados foi analisada de modo gráfico, com histogramas acompanhados da curva normal como referência e gráficos de probabilidade normal (normal P-P plot). De acordo com análise gráficas executadas, os dados têm distribuição próxima da normal para as principais variáveis do estudo, como pode ser constatado no Apêndice H.

A inspeção gráfica indica que existem poucos indícios de graves violações de normalidade dos dados, embora tenha sido detectada uma tendência a concentração dos dados nas extremidades das escalas indicando uma curtose negativa, principalmente no Questionário de Intenção Empreendedora.

Procedeu-se então a inferência estatística da normalidade dos dados. Para testar a normalidade de uma variável um dos testes mais utilizados é o teste Kolmogorov-Smirnov, onde a hipótese nula é que a distribuição seja uma distribuição normal, isto significa que ao se conseguir um p-valor maior que 0,05, o conjunto de dados pode ser considerado como uma distribuição normal para efeitos de realização de testes e procedimentos estatísticos que necessitem de normalidade para fornecer resultados adequados (HAIR et al, 2010).

Como os itens da escala não são utilizados como preditores isoladamente, mas sim através de uma composição destes itens, foram computados os constructos principais de empreendedorismo (atitude, normas subjetivas, percepção de controle sobre comportamento e intenção) e valores humanos (auto direção, estimulação, segurança, conformidade, tradição, universalismo, benevolência, poder, motivação à realização), somando os itens de acordo com indicação dos autores das escalas, antes do processo de validação da escala para este estudo.

Os resultados para as dimensões de valores humanos (médias centralizadas) e intenção empreendedora estão disponíveis na Tabela 14:

Tabela 14: Testes Kolmogorov-Smirnov Z de Normalidade dos Dados

Dimensões de Valores Humanos	Kolmogorov-Smirnov Z	Sig.	Empreendedorismo	Kolmogorov-Smirnov Z	Sig.
Conformidade	,933	,332[c]	Intenção	4,518	,000c
Tradição	,723	,657[c]	Normas Subjetivas	6,780	,000c
Benevolência	1,132	,139[c]	Percep Controle	2,229	,000c
Universalismo	1,277	,076[c]	Atitudes	3,792	,000c
Auto Determinação	,743	,613[c]			
Estimulação	,852	,444[c]			
Hedonismo	1,431	,041[c]			
Realização	1,545	,023[c]			
Poder	,934	,331[c]			
Segurança	2,091	,000[c]			
c . Baseado em 1000 tabelas amostradas com valor inicial 1310155034.					

Os resultados indicaram que os escores de intenção empreendedora, normas subjetivas e atitudes não teriam uma distribuição normal, embora o intervalo de confiança contivesse o valor superior (LI=0,000, LS=0,05) o que poderia de certa forma comprometer os resultados das análises estatísticas que dependem deste pressuposto. Foi realizada uma análises gráfica e de frequência, e verificou-se que alguns dos constructos apresentavam uma concentração na parte superior dos dados, isto é, uma curtose negativa.

No entanto, Kline (2010) adverte que em grandes amostras, pequenos desvios de normalidade podem ser estatisticamente significativos. Esta suspeita foi confirmada ao se testar a normalidade por Região Geográfica. Os resultados indicaram que o critério de normalidade no teste Kolmogorov-Smirnov foi alcançado completamente em duas regiões (Norte, Cabo Verde, Centro-Oeste) e parcialmente na Região Sul, Sudeste, que possuíam amostras significativamente grandes. A tabela completa, pode ser encontrada no Apêndice I.

Assim, os testes de normalidade, incluindo as análises gráficas e os testes estatísticos indicam que as principais variáveis estudadas possuem uma distribuição próxima da normal, sendo assim adequadas para os procedimentos estatísticos utilizando as escalas. No entanto, esta normalidade bivariada não é condição suficiente para a normalidade multivariada.

O método de estimação *Maximum Likelihood* (máxima verossimilhança) utilizado nas análises fatoriais confirmatória e equações estruturais, assume que as variáveis são normalmente distribuídas, de forma univariada, bivariada e multivariada. Como este teste só é possível durante a especificação dos modelos de análise fatorial confirmatória ou nas equações

estruturais, este teste será realizado a cada modelo e os outliers analisados conforme critérios de distância de *Mahalanobis* (D^2), nos itens correspondentes.

Adicionalmente, considerando as limitações distribucionais, serão utilizadas 1000 replicações de bootstrap para estabelecer erros padrões, valores-p e intervalos de confiança, usando a correção de viés das estatísticas, atualmente implementados no software AMOS, para mitigar o efeito de violação da premissa de não normalidade dos dados e conseguir estimadores mais confiáveis da população.

Para a Análise de Equações Estruturais, o método de estimação ADF (*Asymptotically distribution free)* é preferível para dados ordinais, e não normais, pois este método consegue estimadores mais precisos e será utilizado sempre que possível, pois não se baseia em premissas sobre a distribuição dos dados, sendo robusto em relação a violações de normalidade dos dados. No entanto, este método de estimação exige grandes amostras (alguns autores citam amostras maiores que 1.000), o que inviabiliza a estimação de modelos que testam diferenças entre grupos. Assim nos modelos que testam as hipóteses em toda a amostra será utilizado o método ADF, enquanto testes que envolvam comparação entre grupos utilizará o método ML.

7.5 Amostra e Poder Estatístico Associado

Existem vários parâmetros para determinar o tamanho ótimo de uma amostra estatística. Os parâmetros se diferenciam basicamente em relação aos testes estatísticos que serão executados. O presente estudo apresentou uma amostra conjunta de 1561 estudantes, sendo que no Brasil participaram 1437 estudantes, 110 questionários coletados na Região Norte, 301 no Nordeste, 135 no Centro-Oeste, 523 no Sudeste e 368 no Sul. Em Cabo Verde foram coletados 116 questionários. A unidade de análise será as grandes regiões brasileiras, partindo do pressuposto que os traços culturais são normalmente estudados neste nível dentro do Brasil, além de permitir um tamanho de amostra mais adequado para as análises estatísticas do que o nível estadual.

Para Cabo Verde, será utilizado apenas um agrupamento, devido as características culturais e demográficas do país com aproximadamente 500.000 habitantes, menor que grande parte das capitais dos estados brasileiros, configurando assim seis grandes regiões a serem comparadas.

Vale a pena lembrar que a amostra é baseada em alunos do curso de Administração no Brasil, e em Cabo Verde, em cursos de Gestão, Ciências Empresariais ou Administração, considerados

equivalentes para esta pesquisa, o que torna a amostra mais representativa pois não pretende refletir valores de todos os habitantes, mas sim de uma parte menor da população, estudantes, e mais especificamente de Administração ou Gestão.

O número estimado de estudantes de administração no Brasil é de 1.102.579 (MEC, 2011), enquanto em Cabo Verde este número está estimado pelo Censo do Ensino Superior de 2010 em 1766, distribuídos em 9 universidades ou faculdades (Ministério do Ensino Superior,2012). Esta diferença ajuda a justificar a diferença observada entre a amostra brasileira e Cabo Verdiana em termos numéricos.

Em relação as recomendações sobre o tamanho mínimo de amostra podemos diferenciar duas categorias principais, a primeira categoria é relacionada ao erro e poder dos testes estatísticos e a outra categoria está relacionada a um número mínimo de observações, para um determinado teste, partindo da premissa de amostras aleatórias e normalmente distribuídas. O Quadro 19 resume os principais testes utilizados, e recomendações sobre o tamanho mínimo de amostra de diversos autores em relação aos testes efetuados nesta pesquisa.

Quadro 19: Testes Utilizados e Recomendações de Amostra

Método	**Tamanho de Amostra**	**Fonte**
Regressão Linear Simples	20 casos por preditor; mínimo de 100 observações	(Francis, p. 128)
Analise Fatorial Exploratória	50-200 casos; 10 observações para cada variável	Hair et al(2010)
Analise Fatorial Confirmatória	50-200 casos; 10 observações para cada variável	Hair et al(2010)
SEM – Modelagem de Equações Estruturais - Método de Estimação – ML	100 observações mínimo, dependente da complexidade do modelo; 200 observações número crítico (Hoelter)	Hair (2010); Hoelter (1983)

Em relação aos procedimentos utilizados na presente pesquisa que demandam maiores amostras, destaca-se a técnica de Modelagem de Equações Estruturais. Embora o método de estimação ML (*Maximum Likehood*) consiga gerar resultados válidos com amostras a partir de 50 observações, Hair e colaboradores (2010) indicam que deve se contar com uma amostra mínima de 100 observações, sendo desejável um número bem superior.

No entanto, a medida que o tamanho da amostra aumenta significativamente, aumenta também a sensitividade para detectar diferenças em alguns testes e procedimentos, como por exemplo, a Modelagem de Equações Estruturais. Nestes casos, quando a amostra passa das 400 ou 500 observações, o teste fica com uma sensibilidade excessiva e mesmo pequenas diferenças são

detectadas, fazendo com que os *índices de ajuste (fit indexes)* indiquem ajuste inadequado do modelo. O tamanho ideal de uma amostra também depende da quantidade de parâmetros, método de estimação de discrepâncias e também do formato dos dados. Para estimar um modelo com dados não normais necessita-se de uma amostra maior.

Outra forma de se estimar o tamanho para uma amostra está relacionado à precisão para estimar parâmetros desconhecidos na população. Normalmente, quanto maior a amostra melhor a precisão de estimativa. Estes parâmetros normalmente se referem a proporções, médias, desvios padrões e correlações. A qualidade destes estimadores é determinada por um nível de confiança do valor real daquele parâmetro na população. Um nível de confiança de 95% indica que se tem 95 % de certeza que o valor do real do parâmetro está dentro do limite do intervalo de confiança.

Foi utilizado o software PASS versão 11 para estimar o intervalo de confiança de uma série de parâmetros para o presente estudo. A Tabela 15 contém o resultado de três testes, um para média, uma para correlação e outro para proporção. O primeiro teste indica o efeito do tamanho da amostra na distância das médias até o intervalo de confiança, ou a margem de erro da média quando o desvio padrão é 1. O segundo teste indica a margem de erro do coeficiente de correlação quando a correlação verdadeira da população é de 0,300. O terceiro teste indica a margem de erro em determinar a proporção da população. Todas as análises fora executadas com um nível de confiança de 95%.

Tabela 15: Intervalos de confiança para diferentes tamanhos de amostra

Tamanho da Amostra (N)	Margem de Erro da Média (Desvio Padrão = 1)	Correlação verdadeira da população r =0,300			Proporção entre Grupos na população = 50%		
		Margem de Erro	Limite Inferior (IC 95%)	Limite Superior (IC 95%)	Margem de Erro	Limite Inferior (IC 95%)	Limite Superior (IC 95%)
100	**0,198**	0,359	0,11	0,469	20%	39,80%	60,20%
200	**0,139**	0,253	0,168	0,421	14%	42,90%	57,10%
400	**0,098**	0,179	0,208	0,387	10%	45,00%	55,00%
600	**0,080**	0,146	0,225	0,371	8%	45,90%	54,10%
800	**0,069**	0,126	0,236	0,362	7%	46,50%	53,50%
1600	0,049	0,089	0,255	0,344	5%	47,50%	52,50%

O poder estatístico é outro fator importante para determinar o tamanho ideal de uma amostra ou o poder associado a uma amostra já selecionada. O poder estatístico pode ser definido como a sensibilidade ou potência de um teste ou estudo para detectar um efeito existente na amostra. O poder estatístico é limitado pela quantidade de erro presente, que pode ser de dois tipos: erro tipo I e erro tipo II.

O erro do tipo I acontece quando se rejeita a hipótese nula (h0), mesmo ela sendo verdadeira, ou seja, indica que existe um efeito ou relação quando na verdade não há, chamado de falso positivo. O erro tipo I é normalmente representado utilizando-se a letra α e também conhecido como nível de significância de um teste para testes simples de hipóteses. Já um erro tipo II, acontece quando a hipótese nula(h0) não é rejeitada, quando deveria ser, ou seja, o teste não consegue detectar um efeito ou relação que existe, proporcionando um falso negativo. O erro tipo II é normalmente representado pela letra β e está relacionada ao poder estatístico de um teste que é 1 – β. O Quadro 20 apresenta estas relações entre os tipos de erros:

Quadro 20: Tipos de Erro: Tipo I, II, e rejeições de hipóteses

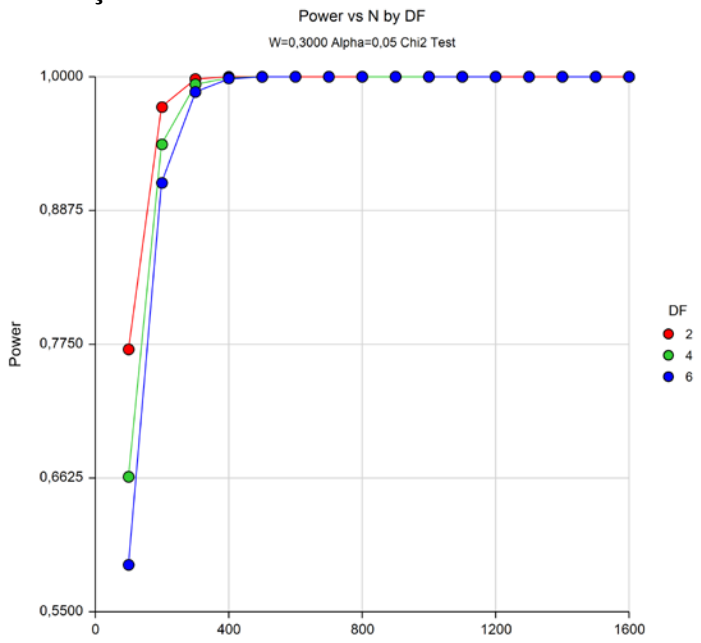
Decisão	**H0 é verdadeira**	**H0 é falsa**
Rejeita hipótese nula (H0)	Erro Tipo I	Resultado Correto H0 realmente falsa
Não se rejeita hipótese nula (H0)	Resultado Correto H0 realmente verdadeira	Erro tipo II

Assim, de forma resumida, o erro do Tipo I ocorre quando se detecta um efeito quando essa diferença não existe realmente na população, este erro é devido à falhas de amostragem ou variações aleatórias, enquanto um erro Tipo II não se detecta uma diferença significativa, quando ela realmente existe. O poder estatístico de um teste é a probabilidade de se rejeitar uma hipótese falsa, devendo ser próximo a 1, enquanto o nível de significância denotado por α é a probabilidade de não se rejeitar uma hipótese falsa, devendo ser baixo e estar próximo de 0.

Normalmente, utiliza-se α =0,95 %, ou seja permite-se um erro tipo I de 5%. Isto significa que 5 vezes em 100 se rejeitará a hipótese nula quando não deveria ter sido rejeitada. Em grande parte dos estudos nas ciências sociais, utiliza-se β=0,20, indicando que é aceitável uma chance de 20% de erro tipo II, ou o poder de um teste deve ser de pelo menos 80% (1 - 0,2), aceitando-se que pode-se deixar de detectar um efeito em 20% dos casos.

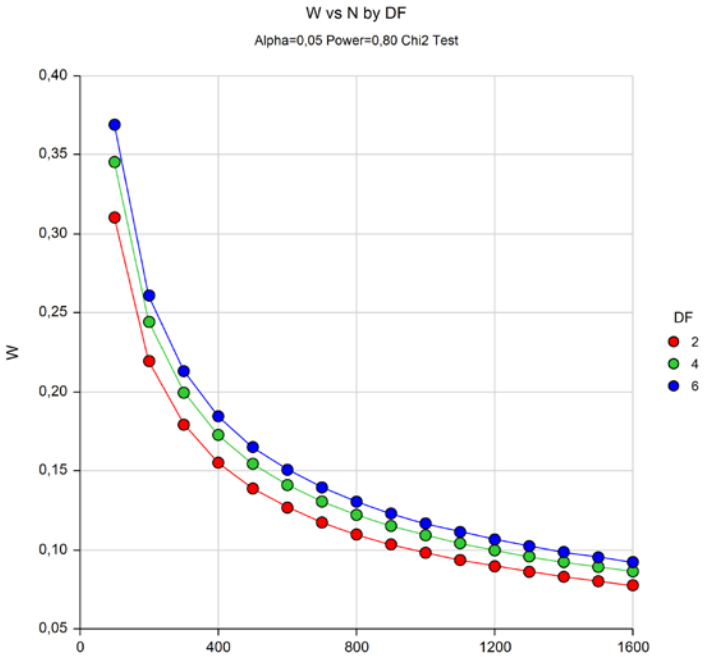
Assim, para o presente estudo foram adotados os critérios de significância de 5% e de poder estatístico desejado de 80%. Foi utilizado o software PASS, versão 11, para calcular o poder estatístico dos principais testes utilizados na presente pesquisa. O valor de amostra variou de 100 (aproximadamente o valor da menor unidade de comparação) até 1600 (valor aproximado da amostra). O primeiro teste, o teste do Qui-Quadrado para múltiplas proporções foi testado utilizando os seguintes parâmetros: graus de liberdade variando entre 2 e 6, amostra variando entre 100 a 1600 em incrementos de 100, efeito tamanho médio de 0,30:

Figura 33: Simulação de Tamanho de Amostra vs Poder Estatístico



Também foi testado a capacidade do teste de detectar um efeito de acordo com o tamanho da amostra, com alfa=0,05 e poder = 0,80, conforme Figura 34:

Figura 34: Relação entre Tamanho da amostra e Detecção de Efeito



Os testes indicam que o número de graus de liberdade afeta negativamente o poder de um teste Qui-quadrado, enquanto as simulações indicam que uma amostra de 100 indivíduos atinge um poder estatístico aceitável de 0,7750 para detectar um efeito médio (w=0,30), sendo assim mesmo com recortes regionais não devemos ter problemas em relação ao poder do teste

estatístico. Uma amostra relativamente maior (como a do presente estudo) também consegue detectar efeitos próximos de 0,10, considerados pequenos, indicando grande estatístico.

No presente estudo, após a retirada de outliers, dados incompletos e outros dados inválidos foram retidos **mil quatrocentos e noventa e seis (1496)** questionários para a os testes de validade, analise fatorial confirmatória, análise equações estruturais e outros procedimentos. Assim, este tamanho de amostra é adequado para todas as análises propostas no presente estudo, pois excede todos os critérios relacionados ao tamanho de amostra e poder estatístico mencionados anteriormente.

7.6 Validade

A validade é um julgamento avaliativo, baseado em evidência e racionalidade empírica, sobre se é adequado e apropriado inferir sobre os resultados de testes ou instrumentos aplicados em uma pesquisa. Assim, ao se estabelecer a validade de um constructo ou instrumento procura-se identificar se os resultados podem ser adequadamente interpretados, e também a relevância decorrentes de um estudo ou medida utilizada. A validade refere-se ao grau em que se mensura corretamente uma variável ou um conceito (CROCKER,2001).

A validação é um processo de investigação disciplinada, que nas Ciências Sociais envolve a coleção de evidencia empírica e lógica para apoiar o uso dos instrumentos propostos e consequentemente dos resultados. Um dos métodos mais simples de validade é a validade de face ou aparente, que testa se os itens apresentados realmente medem o conceito que está sendo mensurado. Esta avaliação pode ser feita por indivíduos da população estudada, que não sejam especialistas no tema.

Já a validade de conteúdo pode ser entendida como um o processo que utiliza examina a validade do conteúdo dos testes ou escalas por especialistas no campo de conhecimento testado. Assim, estes especialistas verificam se os itens de um instrumento estão relacionados e representam efetivamente um determinado fenômeno objeto de estudo. Segundo Messick (1989) este processo deve estar atento em três aspectos principais, a relevância dos itens, a abrangência dos itens em representar o fenômeno em suas diferentes dimensões, e a adequação do formato dos itens de resposta.

A validade também pode classificada como externa ou interna. A validade interna, indica a precisão da inferência no caso de indivíduos ou unidades de análise examinados em uma

pesquisa. O termo se originou no contexto de métodos de pesquisa que buscam verificar causa e efeito, como experimentos aleatórios e quase-experimento. Assim, a validade interna está associada a precisão das inferências sobre as quais uma variável causa outra, excetuando outros fatores que podem ser a causa da diferença efetivamente observada.

A validade externa está associada à generalização dos resultados, enquanto a validade interna está associada ao rigor cientifico no qual foi conduzido um estudo, principalmente no que tange a utilização de instrumentos apropriados, sua adequação e eficácia para mensurar corretamente os construtos. A validade externa, não está somente relacionada com a busca de amostras significativas da população, mas também que os itens utilizados em uma escala sejam amostras representativas dos constructos mensurados.

Isto é, um estudo não somente é uma amostra da população, mas também uma amostra do universo de tratamentos e instrumentos possíveis. Assim, o quadro amostral de uma pesquisa se torna completo quando um investigador decide sobre os indivíduos pesquisados, os tratamentos a serem aplicados e os instrumentos de medidas que serão utilizados para gerar inferências sobre os dados. O quadro amostral requerido para uma validade externa não considera somente categorias ou indivíduos, mas também os constructos que vão ser utilizados, assim sendo, a validade de constructo é um dos principais itens que possibilita a validade externa.

A validade de constructo é a concordância entre um conceito teórico e um instrumento criado para medir aquele conceito. A mensuração pode ser entendida como um processo que liga conceitos abstratos a indicadores empíricos (Carmines e Zeller p.10, 1979). A validade de constructo pode ser dividida em três categorias: validade convergente, discriminante e nomológica:

A validade convergente está relacionada ao grau de concordância de instrumentos obtidos de forma independente, ou seja, as escalas que medem os mesmos constructos devem estar fortemente relacionadas estatisticamente. Quando isto não ocorre um dos instrumentos pode não estar medindo corretamente o constructo desejado. Já a validade discriminante, está presente quando itens que não devem estar correlacionados, realmente não apresentam relacionamento estatístico significativo. Normalmente se utiliza o coeficiente de correlação o grau de relacionamento entre as variáveis para se determinar esta validade.

Finalmente, a validade nomológica está associada as duas anteriores, é a medida do grau em que o instrumento avaliado é capaz de prever outros comportamentos ou variáveis, ou seja, o grau em que estes constructos que são teoricamente relacionados, também o são empiricamente.

A validade de constructo pode ser entendida por uma verificação da operacionalização dos instrumentos que medem os constructos, que pode testada por uma série de procedimentos estatísticos como por exemplo: analises fatoriais, analises de correlação e de consistência interna. Assim, usando as três categorias, Carmines e Zeller (1979) indicam que pode-se estabelecer três passos principais para determinar a validade de constructo: primeiramente deve-se estabelecer os relacionamentos teóricos, em seguida, procede-se a verificação empírica dos relacionamentos entre os conceitos examinados, e finalmente a evidencia empírica deve ser interpretada em termos de como auxilia a entender melhor a validade do constructo da medida sendo utilizada.

Desta forma, o cientista social, pode verificar a validade de instrumentos de medida se os seus resultados podem ser teoricamente explicados. Por isso, a validação de um constructo foca no grau em que os instrumentos utilizados tem um desempenho de acordo com as expectativas teóricas. Ou seja, se este desempenho deste instrumento é consistente com a teoria, pode-se concluir que a mensuração do constructo é valido (Carmines e Zeller, 1979, p.27). Isto é ao se atestar a validade de um instrumento, indica-se que aquele instrumento realmente mede o que deveria medir.

7.6.1 Validade Aparente e de Conteúdo

As medidas selecionadas para este estudo são instrumentos extensivamente utilizados em vários países, situações e desenhos de pesquisa. A validade de face foi atestada através da durante a instrumento na versão digital, e em papel para alunos e professores durante o processo de pré-teste dos instrumentos, e também durante a aplicação dos instrumentos. Os participantes, e professores, ao serem explicados sobre os conceitos que deveriam ser medidos, indicaram que os itens podiam ser compreendidos, e estariam relacionados aos conceitos estudados.

Para verificar a validade de conteúdo, foram seguidas as recomendações de Messick(1989) em relação ao pré-requisitos para a validade de conteúdo: relevância dos itens, abrangência e adequação dos formatos de resposta. Para operacionalizar este procedimento, utilizou-se a

planilha de Avaliação de Escala proposta por Gaskin (2012), sendo traduzida para o português, e adaptada, o modelo utilizado pode ser consultado no Quadro 21:

Quadro 21: Quadro: Escala de Validade de Conteúdo

Item (exemplo)	Compreensão e relevância do item	Avaliação (mede o conceito proposto)	Adequação do Formato das questões /repostas	Comentários
Pensar em novas ideias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original.	Sim/Não	Sim/Não	Sim/Não	

A tabela foi enviada para cinco pesquisadores com doutorado e/ou mestrado em nas áreas de Administração e Engenharia de Produção. A tabela foi enviada em forma de planilha, através de e-mails. Todos os itens passaram no teste de validade de conteúdo, isto é foram aprovado nos critérios de avaliação, por pelo menos 3 dos avaliadores, alguns itens receberam comentários e sugestões que foram analisadas e incluídas no instrumento final.

Vale a pena ressaltar que tanto a escala de QPV - de Valores Humanos Schwartz (2001), quanto de Intenção Empreendedora de Liñan & Chen (2009) têm sido utilizadas extensivamente em pesquisas acadêmicas, o que também indica a sua validade de conteúdo, através da utilização destes instrumentos por vários pesquisadores-chave nas áreas de empreendedorismo e também de valores.

7.6.2 Análises Fatoriais

Análises fatoriais são técnicas que são frequentemente utilizadas para determinar a validade de constructo, com o objetivo de avaliar o grau em que os indicadores mensuram realmente os constructos que deveriam medir, através do teste de unidimensionalidade dos dados. Uma medida pode ser considerada unidimensional quando os itens que a constituem refletem uma única dimensão do construto, ou seja, quando são explicados por uma única causa comum. A unidimensionalidade de um conjunto de variáveis indica que as correlações encontradas entre elas são provenientes de um único construto latente.

A análise fatorial exploratória (AFE) é um dos meios mais utilizados para verificar a unidimensionalidade de itens, através da verificações de relações de interdependências (correlações) entre um grupo de variáveis e um conjunto de dimensões latentes, chamados de fatores (HAIR, 2010).

Costello & Osborne (2005) indicam que a AFE é uma técnica amplamente utilizada nas ciências sociais. No entanto, para que uma análise fatorial possa ser realizada, a matriz de correlações entre as variáveis não pode ser do tipo identidade, conforme Quadro 22:

Quadro 22: Exemplo de Matriz Identidade

	VAR A	VAR B	VAR C
VAR A	1	0	0
VAR B	0	1	0
VAR C	0	0	1

O quadro acima demonstra um exemplo no qual as variáveis não se correlacionam entre si, e portanto não poderiam ser objeto de uma análise fatorial. O teste utilizado para este fim é o teste de esfericidade de Barlett, empregado para testar a hipótese de que a matriz de correlação é uma matriz de identidade. Caso a hipótese seja rejeitada, os dados são passiveis de serem analisados através de uma análise fatorial. A estatística *Bartelett Test of Spherecity* (BTS) deve apresentar um p-valor menor que 0,05 ou 0,01 dependendo do nível de significância adotado.

Outro teste largamente empregado é o KMO, ou Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem, que realiza o teste de que as correlações parciais entre as variáveis são pequenas em relação as correlações encontradas entre as variáveis. O teste indica se uma análise fatorial pode ser realizada adequadamente. Valores entre 0,90 e 1 podem ser considerados excelentes, já variando de 0,80 a 0,89 considera-se como bons, de 0,70 a 0,79 mediano, 0,50 a 0,59 ruim e abaixo de 0,50 como inadequado (HAIR, et al, 2010). Foram as principais escalas do estudo submetidos a estes testes. Optou-se por realizar a verificação na amostra brasileira, e posteriormente testar a invariância fatorial das escalas com a amostra de Cabo-Verde:

Tabela 16: Teste de KMO e Bartlett

Descrição e número de variáveis	**Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.**		,927
QUESTIONÁRIO DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA	**Teste de esfericidade de Bartlett**	**Qui-quadrado aprox.**	17411,742
N – 20 VARIAVEIS		**Df**	190
		Sig.	,000
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.			,853
ESCALA DE VALORES HUMANOS – QPV	**Teste de esfericidade de Bartlett**	**Qui-quadrado aprox.**	13540,098
N – 40 VARIAVEIS		**Df**	780
		Sig.	,000

Os testes indicaram valores excelentes nos dois testes, indicando que os dados são adequados para a realização de analise fatorial. Além disso, outro requisito importante é a quantidade de dados necessários para uma análise fatorial. Costello e Osborne (2005) afirmam que quanto maior o tamanho da amostra, melhor, embora a necessidade varie em relação a qualidade dos dados. Como a presente pesquisa contou com uma amostra significativamente maior, obteve um resultado bem superior à média encontrada pelos autores de outros estudos (n=303), além de também superar as recomendações, de 20 dados por variável (n=20x40=800 casos).

Considerando todos os parâmetros, os dados se mostraram adequados para a análise fatorial. Procedeu-se então para a extração dos fatores. Existem dois métodos predominantes para a extração de fatores: a analise fatorial, e o método dos componentes principais.

Embora o método de componentes principais seja opção padrão de extração em vários pacotes estatísticos, o que faz com que seja amplamente utilizado, este método tem como objetivo principal explicar o máximo possível variância dos dados, criando uma combinação linear entre as variáveis, sendo utilizado para combinar variáveis em um número menor de fatores, usualmente para facilitar cálculos ou estimativas. O método de componentes principais não constitui um método verdadeiro de análise fatorial, e muitos estatísticos advogam contra o seu uso, pois é uma técnica de redução de dados, sem preocupação com a estrutura causada por variáveis latentes (COSTELLO & OSBORNE, 2005)

Já os métodos de análise fatorial tem como objetivo explicar as relações de correlação entre as variáveis estudadas, somente analisando a variância compartilhada entre os itens, com o objetivo de identificar fatores latentes e auxiliar a mensuração e validação de constructos complexos. Sendo assim, utilizou-se um método de análise fatorial, devido as suas características serem mais adequadas para estabelecer o inter-relacionamento entre variáveis e não somente explicar o máximo de variância, como ocorre com o método de componentes principais.

No entanto, várias opções para análise fatorial estão disponíveis. No pacote SPSS são seis opções: mínimos quadrados não ponderados, mínimos quadrados generalizados, verossimilhança máxima, fatoração de eixo principal e método alfa de análise fatorial, fatoração de imagem. Seguindo a recomendação de Costello e Osborne (2005), optou-se por utilizar o método de verossimilhança máxima, pois os dados são relativamente normalmente distribuídos

e além disso este método permite o cálculo de índices de ajustes que testam a significância das cargas fatoriais e as correlações entre fatores e também o cálculo de intervalos de confiança.

Utilizou-se dois dos métodos mais comumente empregados para determinar a quantidade de fatores extraídos. O primeiro critério utilizado, o critério de Kaiser, indica que os fatores devem ter um autovalor maior que 1. O segundo método é o *Scree Plot*, que é uma análise gráfica do número de fatores gerados que indica a variância total explicada por cada fator. Quando se utiliza este método o pesquisador define onde parar o processo de extração de fatores, normalmente quando existe uma queda abrupta de variância explicada (HAIR et al, 2010).

Finalmente, procedeu-se a escolha do método de rotação dos dados. A rotação de dados nada mais é que a redistribuição de variância entre os fatores para atingir um padrão fatorial mais simples e mais significativo, permitindo uma interpretação mais clara das cargas fatoriais dos itens em cada um dos fatores extraídos (HAIR et al, 2010). A rotação não aumenta a variação explicada pelos fatores, tão somente os manipula em um espaço geométrico buscando uma interpretação mais fácil (COSTELLO & OSBORNE, 2005).

Existe também uma grande variedade de métodos de rotação disponíveis nos principais softwares estatísticos, que se dividem em métodos ortogonais: *Varimax, Quartimax* e *Equamax*; e métodos oblíquos: *Oblimin, Quartimin* e *Promax* (SPSS,2012). A diferença básica é que os métodos ortogonais produzem fatores que não são correlacionados, enquanto métodos oblíquos permitem uma cerca correlação entre fatores.

Embora a grande maioria dos pesquisadores utilizem rotação ortogonal, devido a uma maior simplicidade, esta escolha parte do pressuposto que os fatores encontrados são independentes e não correlacionados, o que raramente pode ser validado nas ciências sociais. Na presente pesquisa, espera-se que as variáveis estejam altamente correlacionadas entre si, sendo então empregado métodos de rotação obliqua. Métodos de rotação obliqua tendem a apresentar resultados mais precisos e também reproduzíveis, neste tipo de dados (COSTELLO & OSBORNE, 2005).

Os métodos disponíveis no SPSS proporcionam resultados equivalentes, selecionou-se então a rotação obliqua, e com método *OBLIMIN*, com parâmetro delta = 0 (padrão SPSS). O resultado da extração dos fatores utilizando o método de verossimilhança máxima, está disponível na Tabela 17:

Tabela 17: Extração da Análise Fatorial exploratória – QIE (Liñán & Chen,2009)

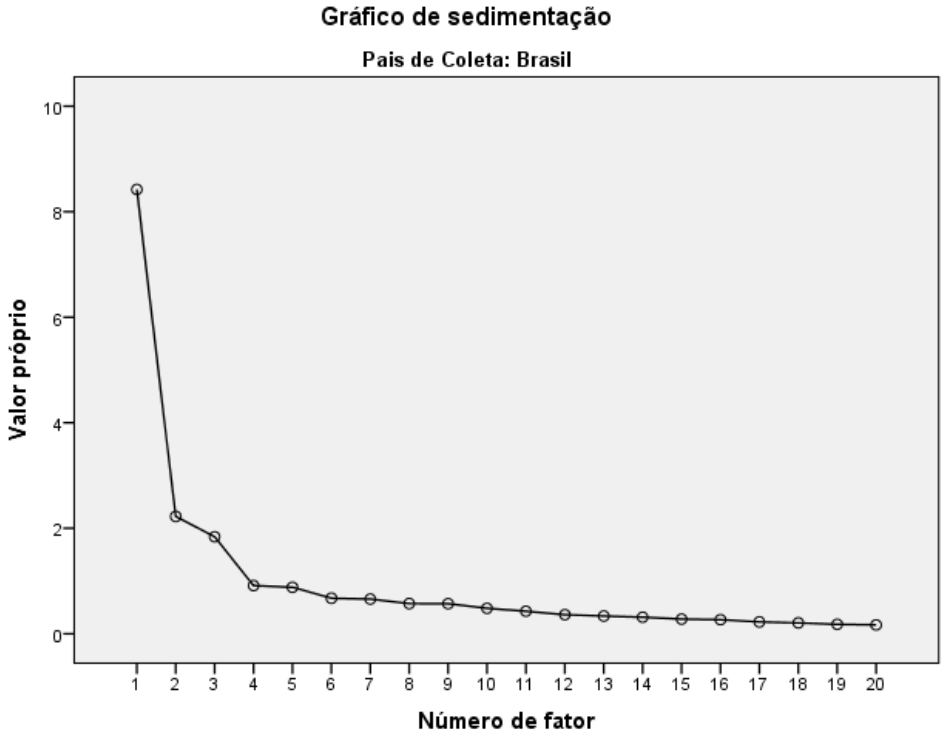
	Valores próprios iniciais			Somas de extração de carregamentos ao quadrado			Somas rotativas de carregamentos ao quadrado[b]
Fator	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total
1	8,421	42,106	42,106	7,975	39,877	39,877	7,697
2	2,225	11,123	53,229	1,515	7,577	47,453	2,636
3	1,839	9,195	62,424	1,706	8,528	55,982	3,978
4	,913	4,565	66,989				
5	,882	4,409	71,398				
6	,674	3,370	74,767				
7	,657	3,287	78,055				
8	,572	2,858	80,912				
9	,570	2,849	83,761				
10	,483	2,415	86,176				
11	,427	2,134	88,310				
12	,363	1,813	90,123				
13	,336	1,681	91,804				
14	,314	1,571	93,375				
15	,278	1,390	94,765				
16	,268	1,338	96,103				
17	,225	1,125	97,228				
18	,207	1,034	98,262				
19	,180	,899	99,161				
20	,168	,839	100,000				

Extração: Verossimilhança Máxima b. Quando os fatores são correlacionados, as somas de carregamentos ao quadrado não podem ser adicionadas para se obter uma variância total.

A primeira tentativa forneceu 3 fatores, que em conjunto explicaram aproximadamente 66% da variância, utilizando o critério de Kaiser, ou seja reter fatores com auto valor maior que 1. No entanto, o quarto fator teve um valor 0,933, próximo ao critério Kaiser. Curiosamente, o mesmo ocorreu na validação original do instrumento, pelos autores da escala (Liñán & Chen,2009), onde o quarto fator apresentou um auto valor de 0,998.

Decidiu-se em uma segunda análise fixar o número de fatores extraídos para 4, seguindo também o gráfico de sedimentação (*scree plot*), que está disponível na Figura 35

Figura 35: Scree Plot – Análise Exploratória - QIE



A rotação em uma análise fatorial tem como objetivo obter uma estrutura de correlação entre os itens de maneira que cada variável tenha altas cargas fatoriais nos itens que mensura, enquanto baixa correlação com os outros itens. Quando se utiliza uma rotação ortogonal, os valores na matriz de fatores rotacionados representam ao mesmo tempo a carga fatorial e a correlação do item com o fator.

No entanto, na rotação obliqua permite-se que os fatores estejam correlacionados, a carga fatorial e as correlações são distintas. Para as rotações obliquas utiliza-se a **Matriz Padrão** que representa os pesos relativos padronizados de cada variável na composição do fator. A Tabela 18 contém a Matriz Padrão, a matriz de correlação entre os fatores, juntamente com as comunalidades para as variáveis de intenção empreendedora. Os itens marcados referem-se a itens originalmente desenhados para medir atitude em relação ao empreendedorismo(ATT), apoio social (AS), percepção de controle sobre comportamento (PCC) e INT (Intenção Empreendedora).

Tabela 18: Matriz de Padrão Fatores Questionário Intenções Empreendedoras

	Fator				Comunalidades	**Matriz de correlações de fator[a]**				
	1	2	3	4	Extração	Fator	1	2	3	4
P1 (ATT)	0,071	0,074	0,064	0,425	0,295	1	1	0,285	0,415	0,782
P2 (ATT)	0,123	0,015	0,019	0,686	0,639	2	0,285	1	0,222	0,376
P3 (ATT)	-0,049	-0,019	-0,024	0,893	0,707	3	0,415	0,222	1	0,311
P4 (ATT)	-0,08	-0,009	0,015	0,957	0,806	4	0,782	0,376	0,311	1
P5 (ATT)	0,266	-0,006	-0,006	0,602	0,677					
P6 (NS)	0,027	0,496	0,018	0,04	0,279					
P7 (NS)	-0,032	0,957	-0,03	-0,06	0,85					
P8 (NS)	-0,024	0,742	0,001	-0,015	0,533					
P9 (PCC)	0,062	0,079	0,394	0,136	0,282					
P10 (PCC)	0,199	-0,009	0,525	0,052	0,441					
P11 (PCC)	0,028	0,042	0,642	0,018	0,455					
P12 (PCC)	-0,134	-0,02	0,81	-0,008	0,569					
P13 (PCC)	-0,026	-0,034	0,788	-0,073	0,563					
P14 (PCC)	0,208	0,051	0,499	0,068	0,459					
P18 (INT)	0,796	-0,007	0,136	-0,044	0,687					
P19 (INT)	0,867	-0,021	0,038	-0,006	0,764					
P20 (INT)	0,861	-0,003	-0,005	0,007	0,745					
P21 (INT)	0,908	0,013	-0,052	0,006	0,8					
P22 (INT)	0,626	0,05	0,031	0,162	0,627					
P23 (INT)	0,745	0,047	-0,061	0,134	0,714					

Método de extração: Verossimilhança máxima.
Método de rotação: Oblimin com normalização de Kaiser.

A matriz de fatores, com rotação Oblimin, conseguiu distinguir claramente os fatores associados as dimensões do questionário de intenção empreendedora de Liñán & Chen (2009). A comunalidade, ou seja, a explicação dos variáveis pelos fatores foram altas, com exceção das variáveis P1 (0,295), P6 (0,279) e P9(0,282), que não foram bem explicadas pelos fatores extraídos.

Em seguida foi realizada a Análise Fatorial Exploratória da Escala de Valores Humanos com 40 variáveis (Schwartz,2001). Utilizou-se o mesmo método empregado na análise fatorial do QIE, ou seja, extração de verossimilhança máxima, e rotação obliqua entre os fatores. Os resultados estão disponíveis na Tabela 19:

Tabela 19: Análise Fatorial Exploratória – Escala de Valores Humanos

Fator	Valores próprios iniciais			Somas de extração de carregamentos ao quadrado			Somas rotativas de carregamentos ao quadrado[a]
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% var.	% cumul.	Total
1	5,636	14,089	14,089	4,957	12,393	12,393	2,252
2	4,432	11,081	25,170	3,883	9,708	22,101	2,821
3	2,517	6,293	31,463	1,879	4,697	26,798	2,130
4	1,666	4,165	35,628	1,081	2,703	29,501	2,658
5	1,549	3,874	39,502	,979	2,448	31,949	2,738
6	1,480	3,700	43,201	,902	2,256	34,205	2,542
7	1,330	3,325	46,526	,737	1,842	36,047	2,098
8	1,133	2,832	49,358	,522	1,305	37,352	2,519
9	1,074	2,684	52,042	,465	1,163	38,515	3,137
10	,967	2,417	54,459				
11	,919	2,299	56,758				
12	,895	2,236	58,994				
13	,867	2,168	61,162				
14	,835	2,088	63,250				
15	,823	2,057	65,306				
16	,794	1,985	67,291				
17	,778	1,946	69,237				
18	,755	1,887	71,124				
19	,736	1,839	72,962				
20	,691	1,728	74,690				
21	,666	1,666	76,356				
22	,640	1,599	77,955				
23	,621	1,552	79,507				
24	,613	1,533	81,040				
25	,592	1,479	82,520				
26	,587	1,467	83,986				
27	,564	1,410	85,397				
28	,547	1,368	86,765				
29	,531	1,329	88,094				
30	,516	1,290	89,384				
31	,500	1,251	90,635				
32	,495	1,239	91,874				
33	,475	1,189	93,063				
34	,445	1,111	94,174				
35	,432	1,081	95,255				
36	,414	1,036	96,290				
37	,392	,979	97,270				
38	,382	,954	98,224				
39	,359	,898	99,121				
40	,352	,879	100,000				

Método de extração: Verossimilhança máxima a. Quando os fatores são correlacionados, as somas de carregamentos ao quadrado não podem ser adicionadas para se obter uma variância total.

Os resultados indicam baixa explicação dos valores humanos pela análise fatorial exploratória, mesmo utilizando nove fatores. Contudo, os resultados apoiam a afirmação de Schwartz(2001) de que a escala de valores humanos não é adequada para a realização de análise fatorial exploratória, por suas propriedades semi-circunflexas e grande número de fatores.

O primeiro fator extraído, segundo Schwartz(2001) é relacionado principalmente ao uso da escala, uma espécie de fator comum ou tendência de resposta, não sendo portanto fator passível de análise, enquanto os outros fatores gerados não teriam significado prático, dado a grande intercorrelação entre alguns itens e dimensões de valores humanos.

Para tratar desta limitação, alguns estudos como os de Schwartz(2001), Tamayo e Porto (2009), entre outros, utilizaram a técnica MDS (*Multidimensional Scaling*) para verificar a estrutura de valores. No entanto, esta abordagem também tem limitações, pois os resultados são interpretativos e portanto subjetivos (STEINMETZ et al, 2012). Estudos mais recentes têm utilizando a Análise Fatorial Confirmatória para testar a estrutura de valores, embora com resultados ainda inconclusivos (SARIS & KNOPEN, 2009).

7.6.3 Análise Fatorial Confirmatória

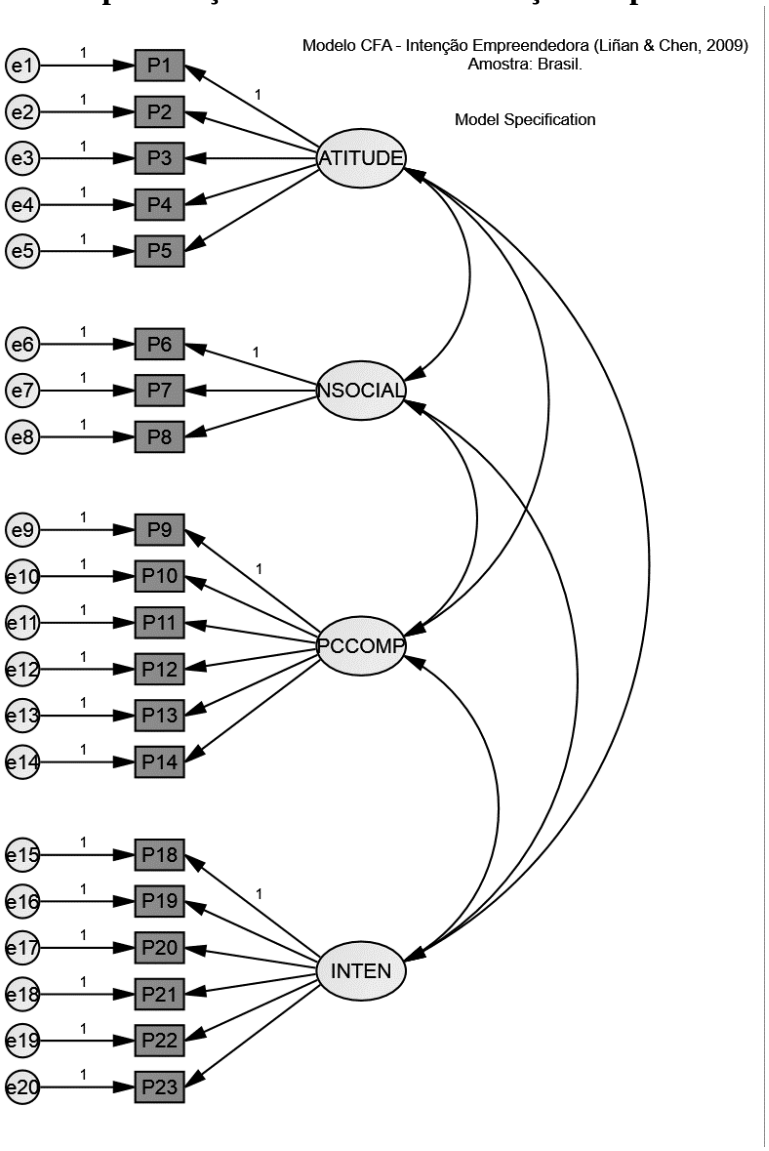
A Análise Fatorial Confirmatória (AFC) apresenta técnicas e aplicações diferentes da Análise Fatorial Exploratória (AFE) realizada no item anterior. A AFC traz várias vantagens em relação à AFE, como por exemplo a mensuração de constructos no nível latente, a distinção do componente de erro com a variância que é compartilhada por um fator, conta com múltiplos índices ou estatísticas de ajuste dos dados, e permite uma maior flexibilidade para construir e especificar um modelo (BYRNE,2009).

A AFC é uma técnica confirmatória, baseada em teoria prévia, o que significa que os relações entre as variáveis observadas (itens) e não observadas (constructos latentes) são propostos segundo uma teoria e testados. O pesquisador usa um modelo hipotético para estimar a matriz de covariância da população que é comparada com a matriz observada de covariância. O objetivo estatístico é minimizar a diferença entre as matrizes observadas e a estimada, através da estimação confiabilidade das variáveis observadas em relação aos constructos latentes, que é realizada por correlações múltiplas ao quadrado.

O ajuste de um modelo é uma medida de quão bem o modelo proposto de estrutura fatorial consegue explicar as correlações entre as variáveis analisadas. Quando se consegue explicar a maioria das correlações presente nos dados, consegue-se um bom ajuste, caso contrário tem se uma discrepância grande entre a estrutura de correlação proposta e a correlação efetivamente observada nos dados, o que implica um fraco ajuste do modelo.

Dentre as estatísticas de ajuste apresentadas, Schreiber e colaboradores (2006) indicam que os mais comuns são o NFI, NNFI, IFI, CFI, e o RMSEA, e em geral os índices tendem a ter alta correlação, ou seja, quando um índice indica um bom ajuste, os outros tendem a proporcionar resultados semelhantes. Foi construído então um modelo para testar a validade do modelo de intenção empreendedora no software AMOS 21.

Figura 36: Especificação do Modelo de Intenção Empreendedora



Incialmente, conforme indicação de Kline (2010) buscou-se verificar a se o modelo estava identificado ou seja, a quantidade de observações é superior ao número de parâmetros a serem estimados, com 164 graus de liberdade.

Verificou-se posteriormente a condição de normalidade multivariada nos dados. A normalidade multivariada é normalmente testada pelo coeficiente de Curtose de *Mardia*, calculado pelos principais softwares de modelagem de equações estruturais (AMOS, LISREL, EQS). A taxa critica (*critical ratio*) é uma distribuição normalmente distribuída com N (0, 1). Assim, uma amostra é considerada multivariada normal ao nível de significância de 0,05 se o CR é menor que 1,96, ou seja não significativamente diferente de zero.

Para a presente amostra obtivemos o índice de Curtose Multivariada = 92,121 (CR = 57,847), indicando uma não normalidade dos dados. Foram excluídos os 18 maiores outliers, segundo critério de distância de Mahanolobis, diminuindo efetivamente o coeficiente de Mardia para 72,487 (CR=45,222), embora este valor ainda indique que os dados não podem ser considerados normais. No entanto, os valores de curtose da cada variável assumiram valores entre 1,104 a -1,231 (media=-0,426), indicando ausência de severidade da não normalidade individual, principalmente considerando o tamanho da amostra do estudo.

Gao, Mokhtaria e Johnston (2008) em um estudo sobre a não normalidade em equações estruturais indicam que mesmo com a presença de alta curtose em uma amostra grande (n=781) as estimativas de qui-quadrado, testes e de parâmetros continuam confiáveis. Os autores ainda afirmam que a premissa de multinormalidade muito dificilmente é alcançada em dados reais, e a transformação dos dados e a exclusão de casos normalmente não é a melhor alternativa. Além disso, dados que não sejam tenham a normalidade multivariada tendem a apresentar maior discrepância, tornando a rejeição do modelo mais provável.

Ao menos duas ações são possíveis neste caso, o uso de um método de estimação diferente de verossimilhança máxima (ML), que não seja dependente da premissa de normalidade e a utilização de bootstrap para estimação mais confiável dos parâmetros. Foram aplicadas as duas soluções na presente pesquisa.

No software AMOS estão disponíveis quatro métodos de estimação*: Asymptotically distribution-free* (ADF), *Maximum likelihood* (ML), *generalized least squares* (GLS), e *unweighted least squares* (ULS), sendo que somente os métodos ADF e ULS não apresentam

como premissa a normalidade multivariada. Segundo o Manual do Usuário AMOS 21 (ARBUCKLE, 2012) deve-se verificar qual método é mais eficiente e obtém menor discrepância, o resultado desta comparação pode ser vista na Tabela 20:

Tabela 20: Comparação entre métodos de estimação de discrepância

	χ^2 do modelo (df=164)		Avaliação da Discrepância *Média (1000 bootstraps)*			
			ADF	ML	GLS	ULS
Método para Estimação de discrepância	ADF	921,420	**1035,722 (,819)**	4576,169 (14,783)	1552,026 (3,256)	5846,902 (29,378)
	ML	1693,348	1892,150 (3,231)	**1772,829 (0,574)**	2068,470 (4,335)	2665,270 (8,616)
	GLS	1054,158	1154,712 (1,420)	2883,192 (4,992)	**1125,466 (6,362)**	7787,401 (68,796)
	ULS	1571,025	2635,138 (5,988)	2176,232 (2,913)	2980,291 (7,826)	**1912,466 (6,362)**

Nota: Foram utilizados 1000 bootstraps para cada método – todas as iterações convergiram para um resultado

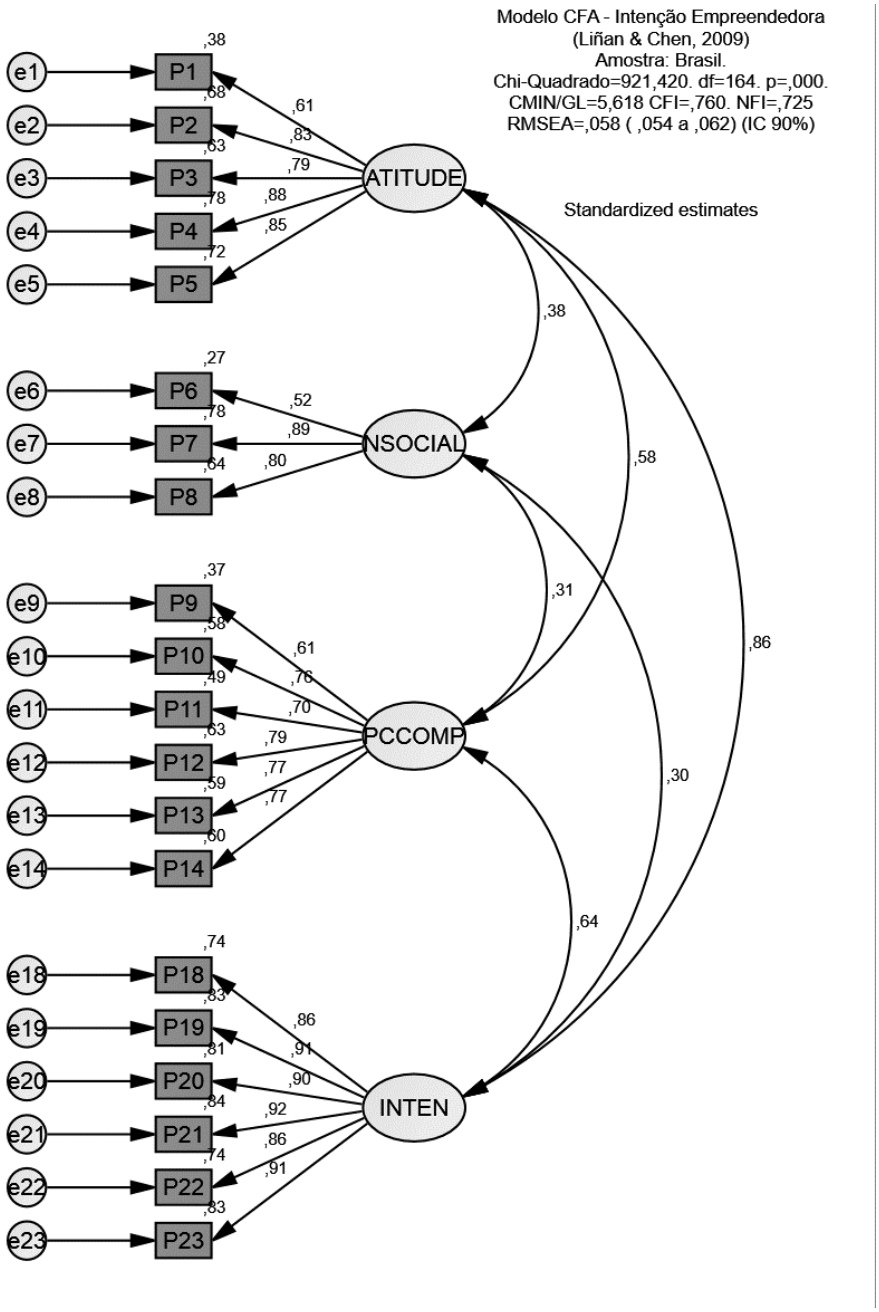
Foi escolhido o método ADF, pois apresentou menor discrepância total (921,420), e mesmo na avaliação do método GLS foi o melhor estimador. Além disso, a diferença entre a média estimada no modelo inicial e as médias do *bootstap* também foi significativamente menor (114,302). Em comparação com o método padrão ML, o método ADF apresentou melhores características de ajuste conforme CMIN/DF (5,618 vs 10,235) e RMSEA (0,058 vs 0,083).

No entanto, os resultados também apontam ser também possível a utilização da estimação ML, indicando ser robusta mesmo para consideráveis desvios de normalidade, podendo ser aplicada na presente amostra em caso dos grupos não apresentarem tamanho de amostra adequado para ADF, pois o método exige grandes amostras (>500 observações) (ARBUCKLE,2012).

Testes efetuados com o modelo disponível (Questionário de Intenção Empreendedora) também indicaram que os coeficientes de correlação e de ajuste foram similares com os dois métodos (ADF e ML), No entanto, foi selecionado o método ADF para estimação das discrepâncias na análise fatorial confirmatória.

O modelo para teste do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán & Chen (2009) está disponível na Figura 37**:**

Figura 37: Modelo CFA – Intenção Empreendedora



O modelo teve ajuste inadequado para os dados, com teste $\chi^{2=}$921,420 (p< 0,001), CFI= 0,760e GFI=0,900, CMIN/DF=5,618 e RMSEA de 0,058 (0,54 a 0,62, IC-90%), sendo assim rejeitado. As variáveis P1 (“para mim ser empreendedor traz mais vantagens que desvantagens”) e P9 (“Iniciar uma empresa seria fácil para mim”) e P6 (“apoio familiar à decisão de ser empreendedor”) tiveram cargas fatoriais abaixo de 0,7.

O item P6 foi mantido, pois é parte de uma escala menor, se este item fosse retirado o fator contaria apenas com dois indicadores, o que dificulta a identificação do modelo, e diminui a

estabilidade das soluções encontradas (KLINE,2010). Sendo assim, foram removidas estas duas variáveis (P1, P9) e o modelo estimado novamente.

O modelo reespecificado apresentou estatística $\chi^{2=}$746,956 (df=129), representando uma melhora sensível no ajuste dos dados de (p<0,001). Todos os itens apresentaram carga superior a 0,70 (com exceção do P9 que obteve 0,52 e foi mantido no constructo). Procedeu-se a verificação dos residuais de covariância padronizados, disponibilizados no Apêndice J.

Através da análise dos residuais padronizados de covariância detectou-se que a variável P12 ("sei preparar um projeto de criação de uma empresa") apresentava os maiores resíduos, e portanto, o maior MI (*modification index)*, e como existiam cinco itens na escala, optou-se por remover esta variável do construto.

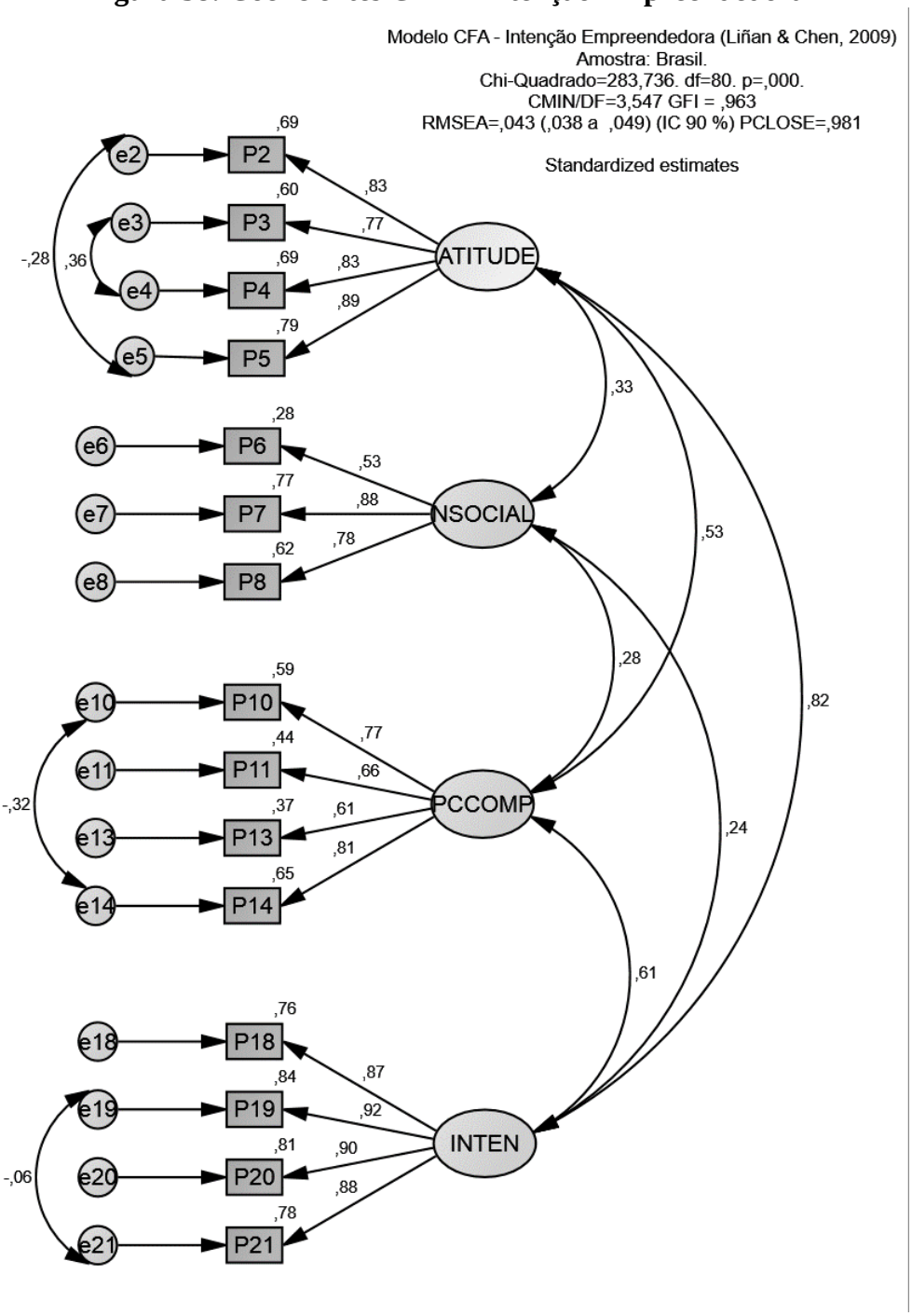
Em seguida, a variável P23 e P22 também por apresentar uma piora considerável no modelo foram excluídas, adicionalmente outros itens presentes na escala eram semanticamente muito próximos e apresentaram altas correlações, acrescentando pouco ao constructo intenção empreendedora.

Estas exclusões melhoraram o ajuste do modelo consideravelmente, sugerindo que os itens retirados não eram de fato bons indicadores dos respectivos constructos. A ajuste do modelo melhorou de $\chi^{2=}$746,956 (df=129) para $\chi^{2=}$321,624 (df=84) (diferença de χ^2 significativa a p=0,001)

Finalmente, ainda baseando-se nos índices de modificação mais altos, permitiu-se que alguns erros dentro do mesmo constructo pudessem covariar livremente. Os erros entre as variáveis (e20 e e21), (e10 e e14), (e1 e e4), (e2 e e3) puderam covariar. O modelo então foi reespecificado e estimado, convergindo em 11 iterações. Foram utilizados 1000 bootstraps e em todas as iterações o modelo foi estimado com sucesso, indicando estabilidade da solução.

O modelo está disponível na Figura 38:

Figura 38: Coeficientes CFA – Intenção Empreendedora



A estatística Qui-Quadrado foi de 283,736(p>0,05). No entanto embora significativa, a estatística Qui-Quadrado é altamente influenciada pelo tamanho da amostra. Os resultados indicam um ajuste adequado do modelo proposto, com GFI =0,963 PCLOSE= ,981 e RMSEA de 0,043, índices considerados satisfatórios, indicando que os dados se ajustam bem a estrutura proposta entre as variáveis.

No entanto, outras questões além do ajuste aos dados são importantes para a decisão sobre a adequação de um modelo de mensuração. Os constructos encontrados devem ter comprovada validade. Os testes indicaram que os fatores possuem boas propriedades psicométricas, além do ajuste adequado aos dados. A confiabilidade do constructo também foi estimada através da fórmula para as variáveis latentes ou manifestas:

$$Confiablidade\ Constructo = \frac{(\sum cargas\ padronizadas\ )^2}{(\sum cargas\ padronizadas\ )^2 + \sum \epsilon j}$$

Onde, Ɛ**j É o erro de mensuração da variável j**

Hair et al. (2010) recomendam que a confiabilidade seja superior a 0,70. Outro importante indicador é a variância média extraída, que indica o percentual de variância dos indicadores que é explicada pelo fator associado, ou a variância comum entre os indicadores, que deve ser de pelo menos 0,50. Os indicadores MSV (*Maximum Shared Variance* - variância máxima compartilhada) e ASV (*Average Shared Variance* – Variância Média Compartilhada) para a análise fatorial confirmatória do Questionário de Intenção Empreendedora estão reportados na Tabela 21:

Tabela 21: Estatísticas de confiabilidade do Questionário de Intenção Empreendedora

	CR	**AVE**	**MSV**	**ASV**	**PCCOMP**	**ATITUDE**	**NSOCIAL**	**INTEN**
PCCOMP	0,806	0,512	0,372	0,243	0,715			
ATITUDE	0,899	0,691	0,669	0,352	0,529	0,832		
NSOCIAL	0,783	0,556	0,106	0,080	0,278	0,326	0,746	
INTEN	0,940	0,796	0,669	0,366	0,610	0,818	0,240	0,892

A variância extraída de todos os fatores, superou o valor recomendado por Hair et al (2010), indicando validade convergente. Além disso, as confiabilidades dos fatores foram também superiores a AVE, outra condição para a validade convergente, isto é, os itens se correlacionam bem com o seu fator principal, e a variável latente é explicada suficientemente bem pelos itens que o compõe. A variância extraída é determinada pela fórmula:

$$Variância\ Extraída\ = \frac{(\sum cargas\ padronizadas^2)}{(\sum cargas\ padronizadas^2) + \sum \epsilon j}$$

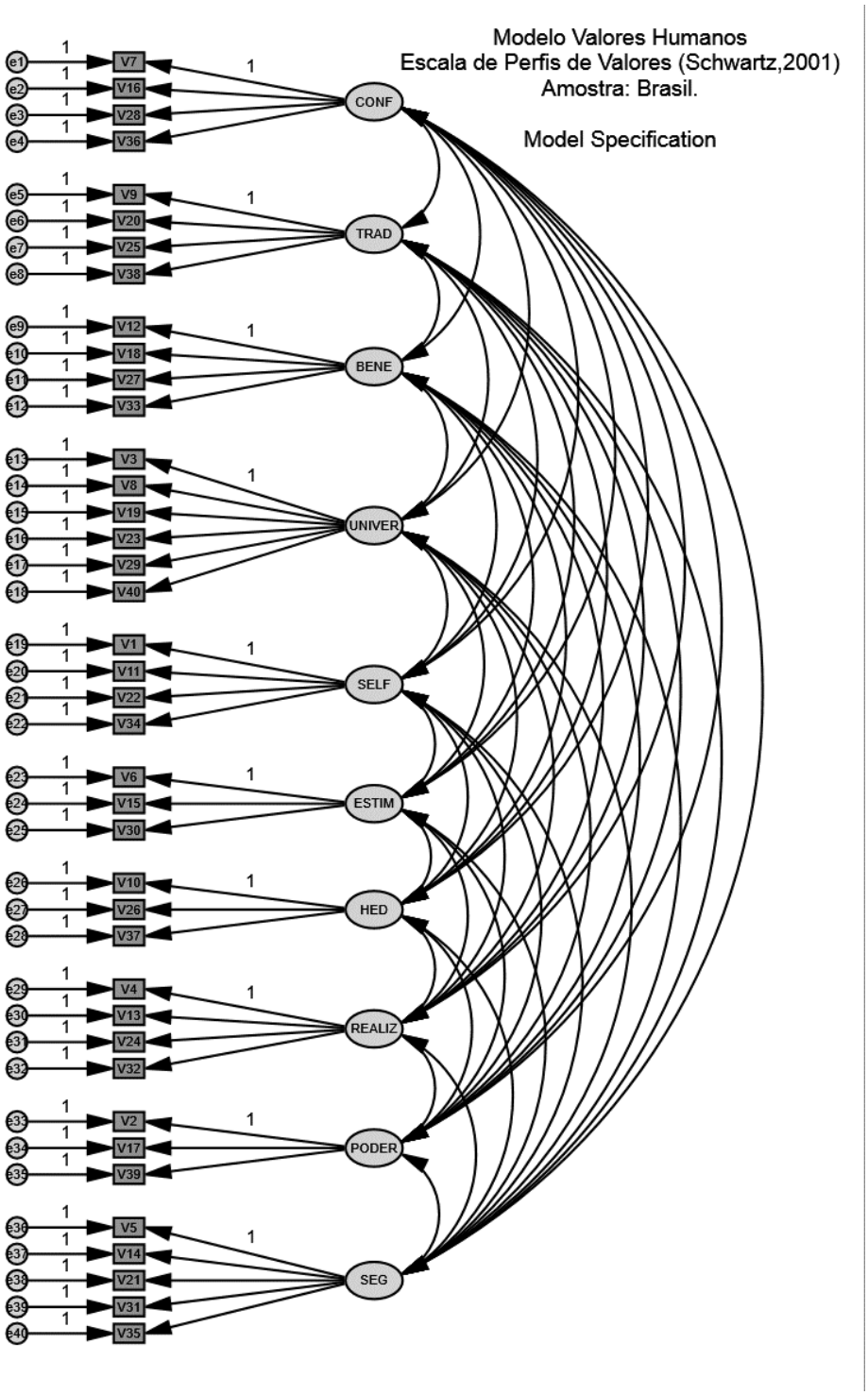
Onde, Ɛ**j É o erro de mensuração da variável j**

A validade discriminante foi observada pela comparação entre a AVE e MSV, conforme recomendação de Fornell e Larcker (1981), que indicam que a variância extraída de um

constructo (AVE)deve ser maior que a variância compartilhada(MSV) para que se estabeleça a validade discriminante entre os fatores. Isto indica que os indicadores se correlacionam mais com o fator que deve medir do que com outros fatores. Outro teste proposto por Bove et al. (2009) envolve a comparação da variância compartilhada entre cada par de constructos com o AVE deste constructo. Todos os fatores apresentaram validade discriminante segundo este critério.

Assim, considerando em conjunto os resultados de ajuste do modelo e também dos testes de validade de constructo, obteve-se evidencias que o modelo de mensuração das variáveis de intenção empreendedora é aceitável. Procedeu-se então para a análise fatorial confirmatória da escala de Valores Humanos de Schwartz, versão QPV – Questionário de Perfis de Valores, com seus 40 itens e 10 dimensões. O modelo especificado está disponível na Figura 39:

Figura 39: Especificação de CFA – Escala de Perfis de Valores (Schwartz, 2001)



Procedeu-se então ao teste do modelo, com um total de 125 parâmetros estimados, e 695 graus de liberdade. No entanto a solução encontrada foi inválida, pois o software encontrou uma matriz de covariância não definida, impossibilitando a análise de todos os valores de forma simultânea. Sobre esta dificuldade, não é uma limitação exclusiva do presente estudo. Beierlein e colaboradores (2012) afirmam que vários estudos não conseguiram testar o modelo completo

de Valores de Schwartz, devido à alta correlação entre os valores de universalismo/benevolência, conformidade/tradição e poder/realização, que impediram a estimação com os dez valores distintos, conforme a teoria de valores de Schwartz.

Considerando esta limitação, alguns autores indicam a união destes três pares de valores ao invés de utilizá-los de forma separada. Tamayo e Porto (2009) por exemplo, combinaram alguns valores (universalismo e benevolência), hedonismo e autodeterminação e poder/realização), configurando uma versão com 7 valores principais. Este modelo também foi testado, a sua representação está disponível no Apêndice K, e novamente devido à grande quantidade de fatores e suas altas inter-correlações, não foi possível encontrar uma solução válida, resultando novamente em uma matriz não positivamente definida.

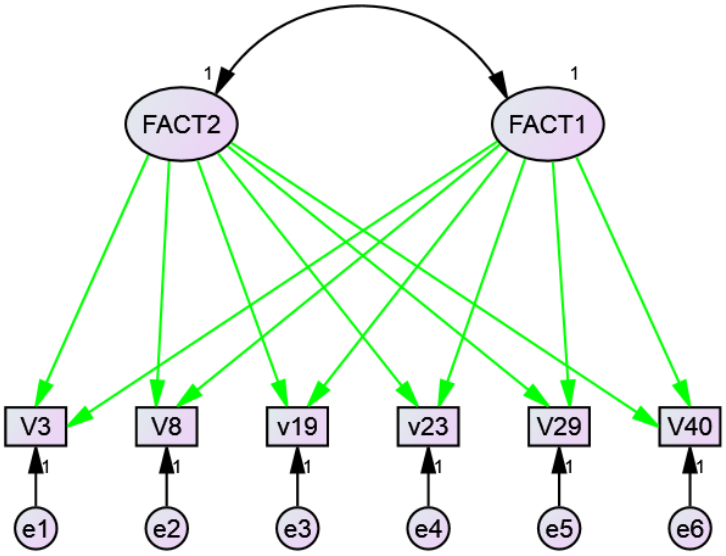
Embora o resultado das duas análises não tenha sido admissível, os coeficientes estimados indicaram problemas entre as variáveis tradição e conformismo, apresentando correlações estimadas entre os constructos superior a 1. Ao remover estas dimensões os modelos puderam ser estimados, indicando que grande parte das dificuldades de estimação advinham da proximidade dos dois constructos. Desta forma adotou-se o procedimento realizado por Beierlein e colaboradores (2012), testando inicialmente o fator isoladamente, e para valores com mais de três indicadores um teste de especificação para detectar a presença de subfatores.

Após o teste de cada um dos dez valores, foi realizado um segundo passo, que envolveu o teste do valor com o valor adjacente e precedente, segundo sua posição na estrutura de valores humanos proposta por Schwartz (2001). Da mesma forma que executado por Beirlein e colaboradores (2012), a análise foi restrita aos pares de valores devido a altas correlações presente entre as variáveis latentes.

Beirlein e colaboradores (2012) utilizaram o JRULE, software que utiliza matrizes de covariância provenientes do software MPLUS e analisa os maiores índices de modificação para detectar problemas de especificação no modelo. Como não foi utilizado o software MPLUS, que é necessário para gerar as matrizes para o JRULE, optou-se por utilizar o procedimento *Specification Search* presente no AMOS 21, para detectar quais as parâmetros teriam um melhor ajuste aos dados, através do estabelecimento de parâmetros opcionais, que são testados sequencialmente, fornecendo uma lista dos modelos, classificados em ordem do melhor ajuste (critérios BCC, RMSEA e CFI). Os resultados encontrados tendem a ser semelhantes aos sugeridos pelo JRULE.

Para o teste de dois fatores, todos as cargas foram colocadas como opcionais e estimadas como parâmetros livres (representadas em verde na Figura 40), já que a variância do fator é estipulada em 1, ou seja a variância é padronizada. Assim, pode-se ter a estrutura mais próxima aos dados, semelhante a uma análise fatorial exploratória, conforme pode ser verificado na Figura 40:

Figura 40: Teste de *cross-loadings*



Ao ser estimado como um único fator a dimensão de universalismo apresentou RMSEA=0,078, χ^2=84.02 (df=9), CFI=0,825, GFI=0,955, CMIN/DF = 9,336. Já o modelo de dois fatores inicialmente apresentou melhor ajuste (RMSEA=0,051, χ^2=18.051 (df=9), CFI=0,965, GFI=0,989, CMIN/DF = 4,513). O modelo encontrado apresentou *cross loading* apenas na variável 23. No entanto, a carga fatorial foi de apenas 0,19 enquanto se manteve 0,56 no Fator 2. Para uma maior simplicidade do modelo optou-se por manter a carga somente no fator mais alto. Retirou-se também o item V8 já que apresentou carga inicial muito baixa.

A dimensão de realização também pareceu-se dividir em dois fatores, pois o teste de modelo único indicou um ajuste insuficiente (χ^2=21,385(df=2), C/DF=10,693, RMSEA=0,119, CFI=0,893), ao permitir a busca pelos melhores parâmetros, os fatores se dividiram em itens P4 e P13 e P24 e P32 obtendo estatísticas de ajuste significativamente superior (χ^2=6,090(df=1), C/DF=6,090, RMSEA=0,087, CFI=0,972).

A dimensão de tradição indicou um melhor ajuste com a estrutura de dois fatores distintos(χ^2=1,717(df=1), C/DF=1,717, RMSEA=0,023, CFI=0,995), em comparação ao modelo com apenas um fator (χ^2=12,598(df=2), C/DF=6,299, RMSEA=0,062, CFI=0,926)**.** Um

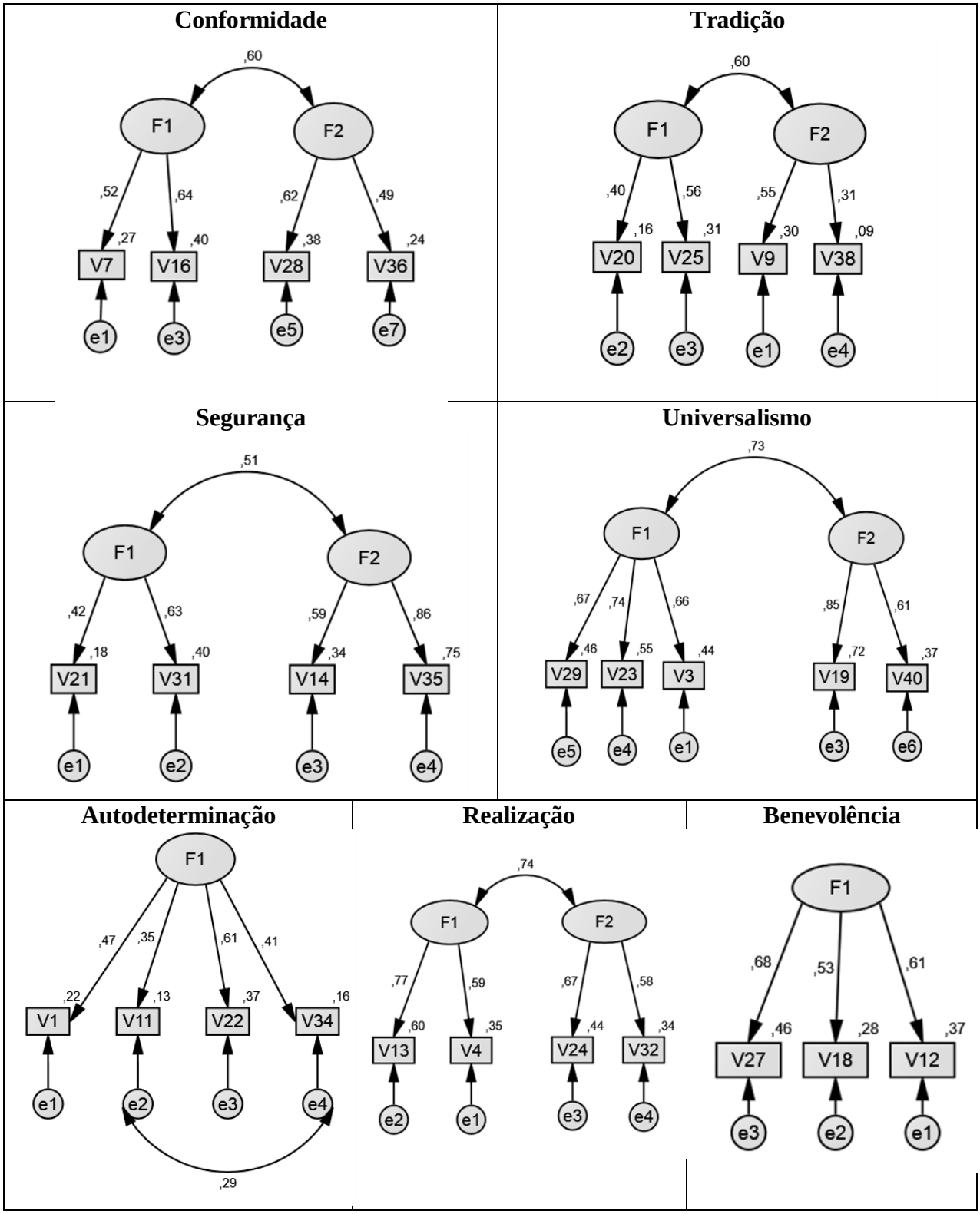
fator apresentou melhor carga nos itens 9 e 38 e outro fator nos itens 20 e 25, indicando que dois fatores explicam melhor o relacionamento entre as variáveis.

Para valores relacionados à segurança, o modelo inicialmente especificado apresentou índices de ajustes inaceitáveis, indicando que a solução de um fator não seria adequada. (χ^2=21,385(df=2), C/DF=10,693, RMSEA=0,119, CFI=0,893), o item 5 foi o mais problemático e ao retirar os indicadores melhoraram, mas ainda de forma não satisfatória. A solução encontrada pela especificação do AMOS, indicou existirem dois fatores, itens 21 e 31 e itens 14 e 35, melhorando significativamente o ajuste do modelo, para ((χ^2=4,264(df=1), C/DF=4,264, RMSEA=0,049, CFI=0,989).

O modelo de benevolência apresentou indícios de melhor ajuste no modelo de dois fatores(χ^2=3,802(df=1), C/DF=3,802, RMSEA=0,045, CFI=0,986). No entanto, a correlação entre os fatores foi alta (r=0,81) indicando dificuldade de distinguir dois fatores diferentes, além disso a utilização de apenas dois indicadores por fator deve ser evitada.

Além disso, o indicador V33 apresentou uma baixa carga fatorial (0,33), assim seguindo a recomendação de Knoppen e Saris (2009) o item 33 foi removido e mantido o constructo de benevolência em um único fator. O resultado finais das análises realizadas no primeiro passo de validação estão disponíveis na Tabela 22:

Tabela 22: CFA – Teste de Sub Dimensões de Valores humanos

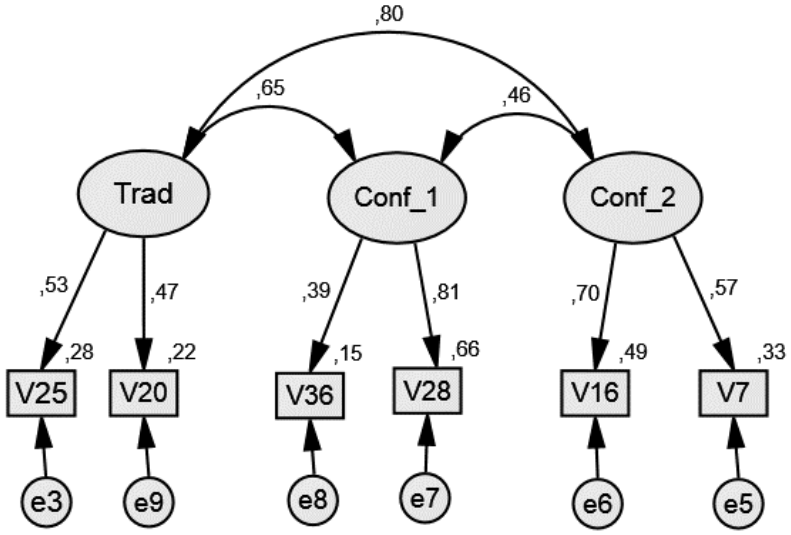


O segundo passo, envolveu o CFA entre os constructos adjacentes no círculo de valores. Neste teste o primeiro par tradição-conformidade, foi testado devido ao posicionamento no círculo de valores. Os resultados indicaram que os constructos pareceram muito próximos e com

dificuldades de distinção entre os itens. Os valores de tradição não puderam ser efetivamente retidos, a despeito da validação inicial, sendo eliminados inicialmente os itens V9 e V38.

Posteriormente, a procedimento *specification search* indicou um *cross loading* no item V20 entre dois fatores. No entanto a carga foi baixa nos dois fatores (0,28 e 0,22), e manteve-se a variável V20 somente no fator relacionado à tradição, para garantir o mínimo de dois itens por fator e uma estrutura fatorial mais parcimoniosa. A Figura 41 contém os coeficientes e o modelo gerado:

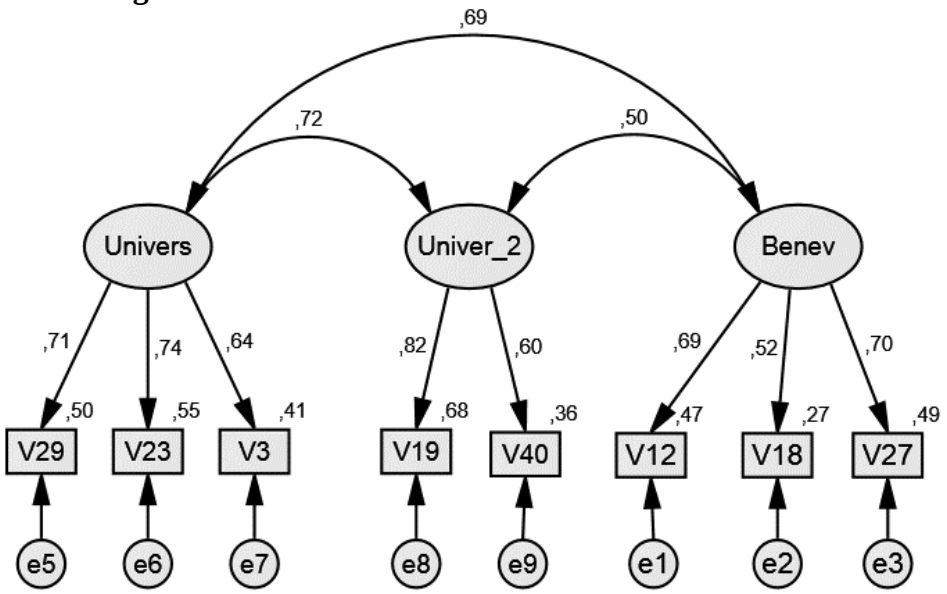
Figura 41: Teste CFA - Modelo Conformidade e Tradição



Os resultados indicam uma adequação razoável do modelo testado para os valores de tradição e conformidade (χ^2=38,806(df=6), C/DF=6,468, RMSEA=0,063 (0,45 a 0,83 – IC 90%), CFI=0,918). Vale a pena destacar a dificuldade em medir o constructo de tradição em diversas pesquisas, conforme o estudo de Knoppen e Saris (2009), no qual somente o item V25 da escala de valores humanos foi capaz de medir tradição.

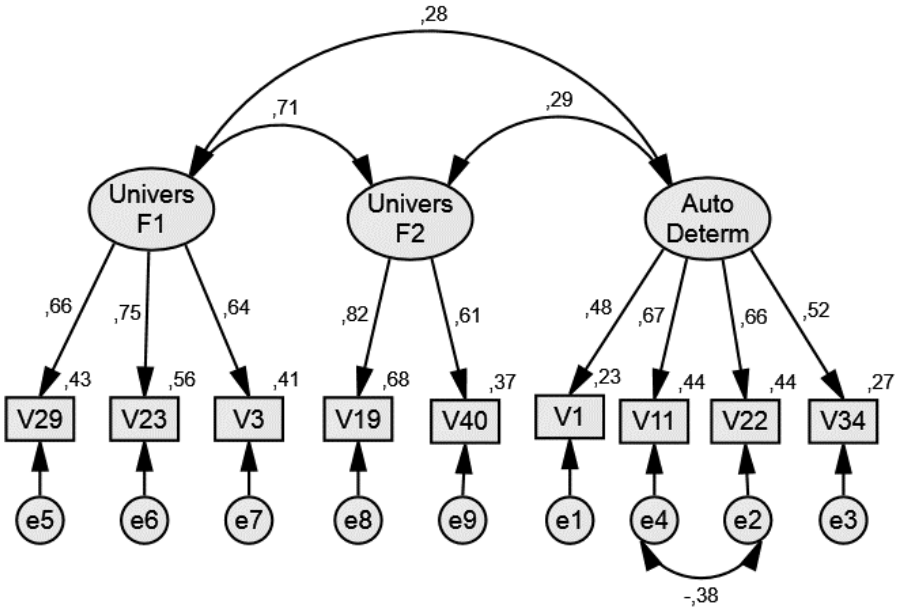
O par benevolência e universalismo foi o seguinte a ser testado, utilizou-se a forma de dois fatores para universalismo e de um fator para benevolência, os coeficientes e covariâncias entre os fatores podem ser observados na Figura 42:

Figura 42: Teste CFA - Benevolência e Universalismo



No teste do par benevolência-universalismo, os resultados foram satisfatórios (χ^2=60.931(df=17), C/DF=3,584, RMSEA=0,043(0,032 a 0,055 – IC 90%), CFI=0,916). As dimensões universalismo-autodeterminação foram testadas com o modelo de dois fatores para o universalismo e um fator para autodeterminação, conforme Figura 43:

Figura 43: Teste CFA - Universalismo e Auto Determinação

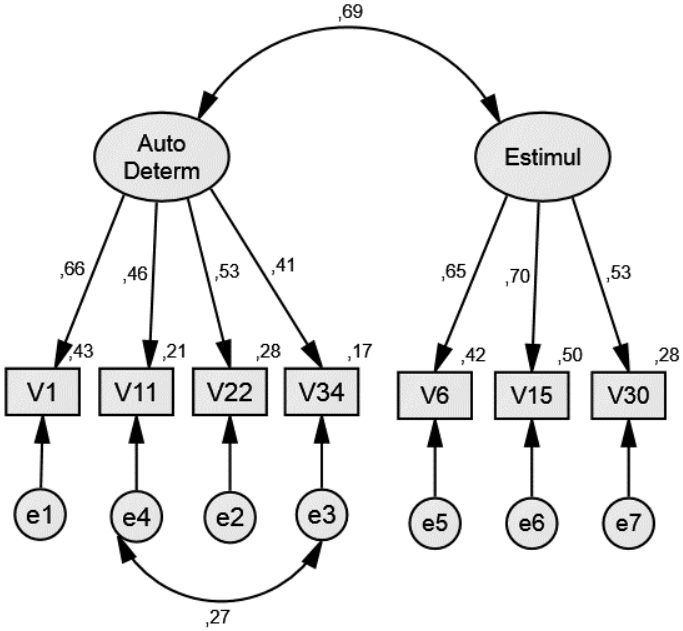


O procedimento *Specification Search*, indicou a covariância entre os erros e4 e e2 como um parâmetro que melhoria significativamente o ajuste do modelo. Assim, com a modificação proposta, o par universalismo-autodeterminação apresentou resultados satisfatórios (χ^2=67,303(df=23), C/DF=2,926, RMSEA=0,038(0,027 a 0,048 – IC 90%), CFI=0,928).

Os constructos autodeterminação e estimulação foram testados em seguida, com um fator por constructo. No entanto, o ajuste do modelo proposto apresentou resultados iniciais inadequados (χ2=96,861(df=13), C/DF=7,451, RMSEA=0,069(0,056 a 0,082 – IC 90%), CFI=0,829). A busca por especificações do AMOS encontrou um modelo ligeiramente superior com ajuste razoável aos dados ((χ2=58,805(df=9), C/DF=6,534, RMSEA=0,064(0,049 a 0,080 – IC 90%)), no entanto o modelo encontrado possuía vários *cross loadings* entre os fatores de autodeterminação (nas variáveis v6 e v15) e entre fator de estimulação e as variáveis (v1, v11).

Foram eliminados os *cross-loading* negativos (v15=-0,38) e mais baixos v11=0,10. Em uma outra iteração o modelo com *cross-loading* da variável v1 nos fatores autodeterminação(0,45) e estimulação (0,19), sendo removido o de menor valor (estimulação), e v6 da variável autodeterminação (0,20) para tornar mais simples a interpretação da estrutura fatorial. O resultados indicaram que a maior discrepância observada estava relacionada à estimação entre as variáveis de erro e3 e e4, a restrição de covariância zero entre os termos do erro foi retirada por tratar-se do mesmo instrumento de medida e também estarem no mesmo fator.

Figura 44: Teste CFA - Auto Determinação e Estimulação

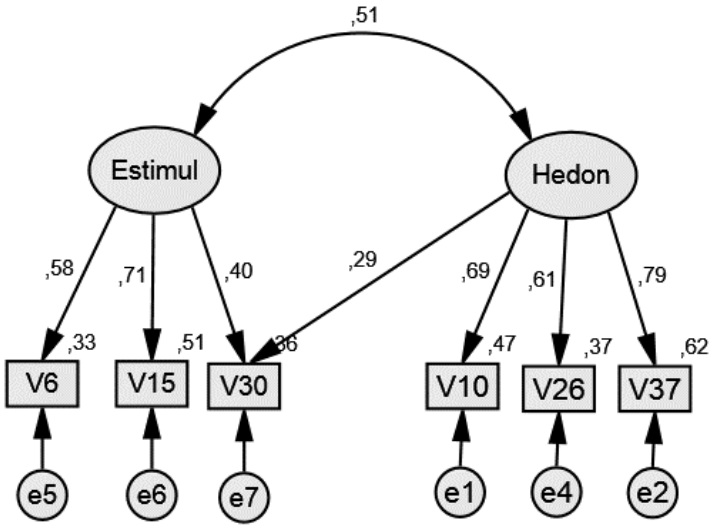


A retirada da restrição de covariância zero entre os termos do erro melhorou significativamente o ajuste do modelo (χ2=59,436(df=12), C/DF=4,953, RMSEA=0,054(0,041 a 0,068 – IC 90%)), traduzindo em um ajuste adequado para este par.

Procedeu-se então para o teste dos constructos Estimulação-Hedonismo, os resultados foram razoáveis (χ^2=41,466 (df=8), C/DF=5,183, RMSEA=0,055(0,039 a 0,072 – IC 90%),

CFI=0,935). O procedimento *specification search* indicou um *cross-loading* na v30 pelos dois fatores (estimulação=0,40 e hedonismo=0,29). Este novo parâmetro melhorou significativamente o ajuste dos dados, (χ^2=10,304 (df=7), C/DF=1,472, RMSEA=0,019(0 a 0,041 – IC 90%), CFI=0,994). Vale a pena salientar que o mesmo *cross-loading* foi encontrado pelo estudo de Beirlein e colaboradores (2012), sendo então mantido, conforme Figura 45:

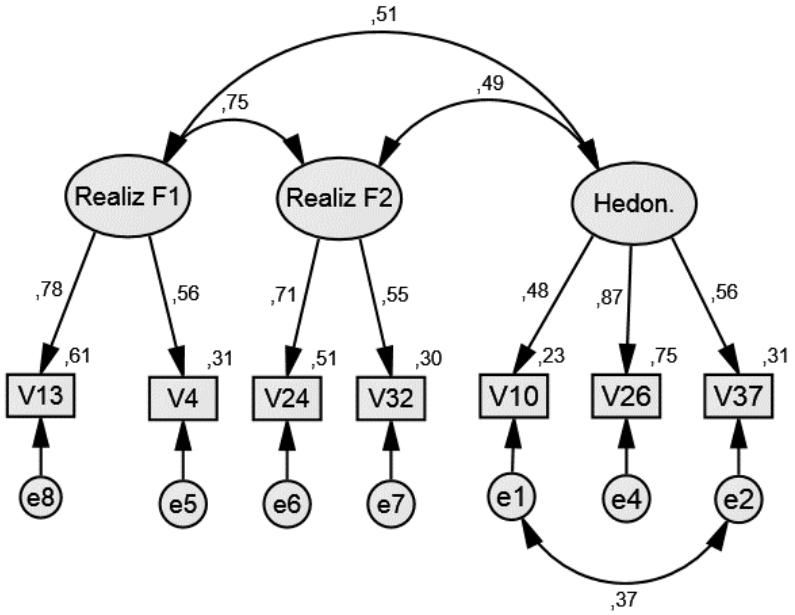
Figura 45: Teste CFA – Estimulação e Hedonismo



O par de valores hedonismo-realização foi testado com uma configuração de dois fatores para a realização. O teste inicial apontou um ajuste razoável entre as duas dimensões (χ2=69,404 (df=11), C/DF=6,309, RMSEA=0,062(0,049 a 0,077 – IC 90%)).

Embora o ajuste seja adequado, foram verificados os índices de modificação para o modelo originalmente especificado, e foi permita uma correlação entre os erros das variáveis v10 e v37, conforme Figura 46:

Figura 46: Teste CFA – Hedonismo e Realização

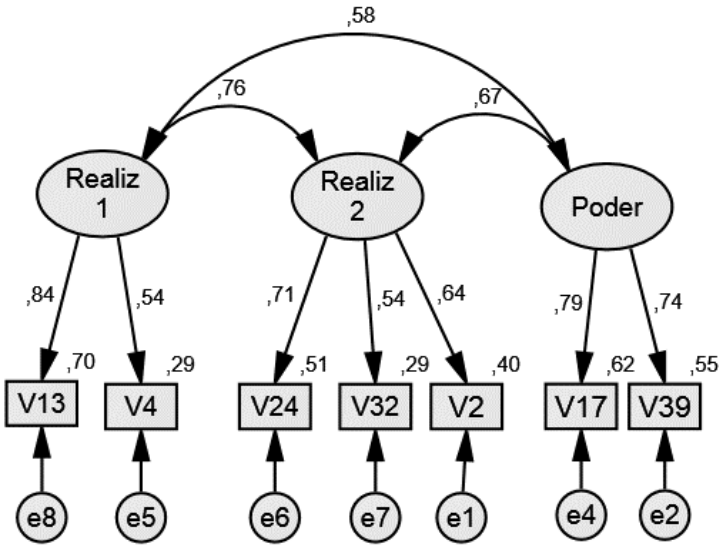


A versão com a correlação entre os termos de erro melhorou o modelo significativamente, conferindo um bom ajuste aos dados (χ2=25,751 (df=10), C/DF=2,575, RMSEA=0,034(0,018 a 0,050 – IC 90%), CFI=0,976).

Procedeu-se para o teste entre o par realização-poder, com o constructo realização sendo dividido em dois fatores. O modelo especificado apresentou ajuste inadequado aos dados (χ2=163,596 (df=11), C/DF=14,872, RMSEA=0,101(0,087 a 0,115 – IC 90%), CFI=0,801). O procedimento *specification search* indicou um *cross-loading* da variável v2 nos fatores poder e também no fator realização_2.

No entanto ao se permitir a carga da variável v2 nos dois fatores a carga foi superior no constructo de realização (0,76) do que de poder (-0,16), sendo assim removida do fator Poder. Novamente este resultado é condizente com os achados de Beirlein e colaboradores (2012), que encontraram uma maior carga no fator de realização. O modelo com estas modificações está disponível na Figura 47:

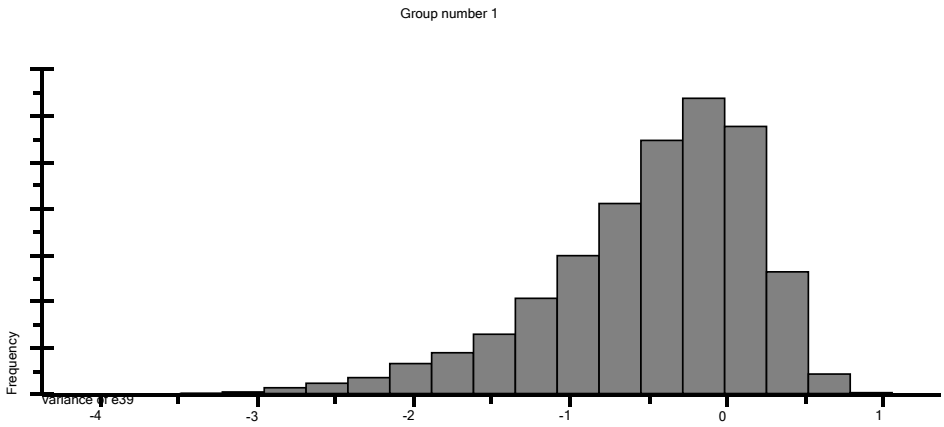
Figura 47: Teste CFA – Realização e Poder



O modelo da Figura 47 apresentou ajuste superior quando adicionou-se a variável v2 à dimensão de realização_2 (χ2=58,150 (df=11), C/DF=5,286, RMSEA=0,056(0,053 a 0,088 – IC 90%), CFI=0,938), sendo considerada adequada esta configuração dos fatores.

O teste com o par poder-segurança apresentou estimativas de variância negativas na variável V39. Segundo Chen e colaboradores (2001) uma variância negativa indica que o modelo está mal especificado, ou também pode ocorrer por variações na amostragem quando a variância verdadeira da população é próxima a zero e a amostra não é grande o suficiente. Outra possível causa é a presença de apesar dois indicadores por constructo latente. Foi gerado então uma análise Bayesiana, disponível no AMOS 21, para verificar a estimativa da variável de erro e39, quando estimada por um grande número de iterações (100.000):

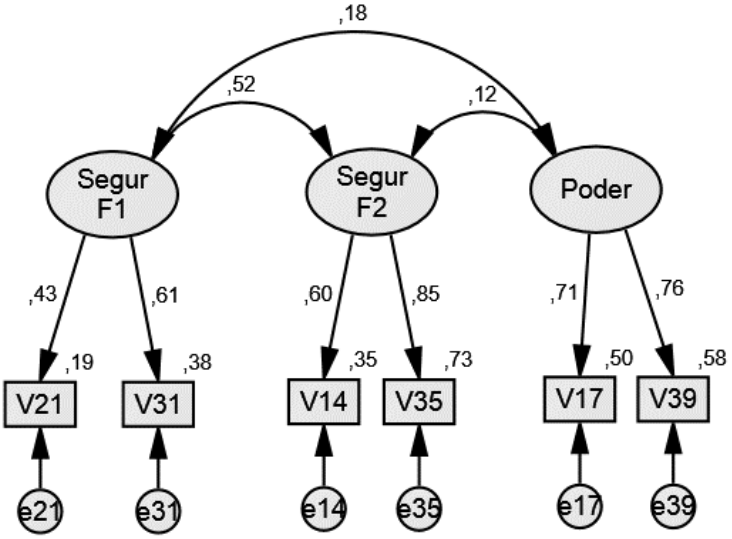
Figura 48: Variância de Erro Variável V9



A Figura 48 indica que em aproximadamente 100.000 iterações, a variância e39 foi majoritariamente negativa, indicando problemas na especificação do modelo. Se o valor estivesse próximo a zero, seria possível restringir o valor para valores positivos e estimar o modelo novamente, no entanto Chen e colaboradores (2001) indicam que esta abordagem deve ser evitada tanto do ponto de vista teórico quanto empírico. O problema de estimação de variâncias residuais negativas é particularmente mais provável em variáveis latentes com apenas dois indicadores (KLINE, 2010).

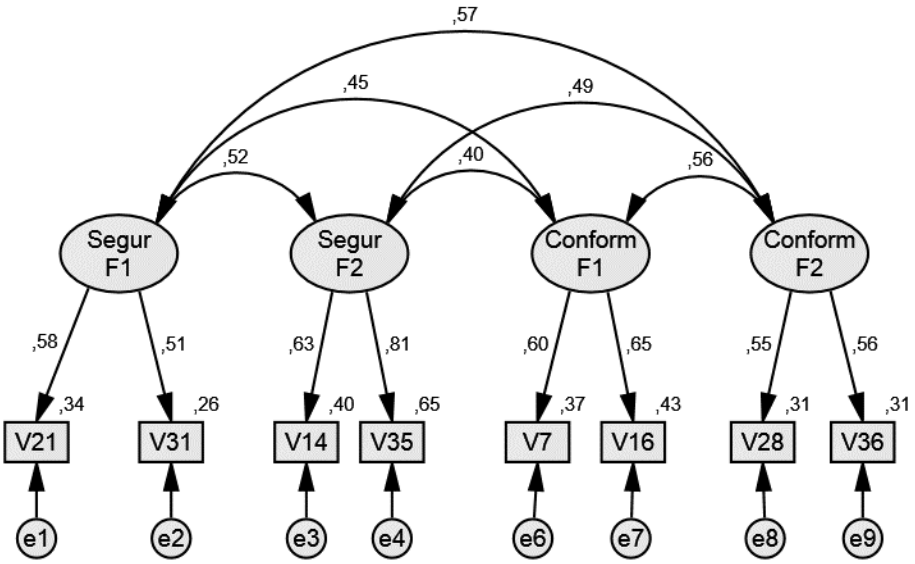
Por isso, optou-se por impor uma restrição de igualdade entre a carga fatorial não padronizada das variáveis V39 e V17. Embora esta solução apresente limitações é uma alternativa mais recomendada do que utilizar a soma ou a média entre estes itens, ignorando o erro de mensuração (CHEN ET AL, 2001). Com a restrição o modelo foi corretamente estimado sem erros, apresentando um índice de ajuste adequado (χ^2=12,534(df=7), C/DF=1,791, RMSEA=0,024(0 a 0,45 – IC 90%), CFI=0,991), conforme Figura 49:

Figura 49: Teste CFA - Modelo Poder e Segurança



O modelo segurança conformidade foi testado e apresentou bons ajustes de dados sem sinais de problemas nas especificações iniciais (χ2=52,629 (df=14), C/DF=3,759, RMSEA=0,045(0,032 a 0,058 – IC 90%), CFI=0,920). O modelo, as cargas fatoriais e covariâncias entre os fatores estão disponíveis na Figura 50:

Figura 50: Teste CFA - Modelo Segurança e Conformidade



O resumo dos resultados encontrados e modificações efetuadas na Escala de Valores Humanos estão disponíveis na Tabela 23:

Tabela 23: Resumo dos Resultados da CFA – Valores Humanos

Valor	Itens Originais	Itens Finais – Nome do subfatores	Modificações
Universalismo	3,8,19,23,29,40	F1(3,23,29) - "igualdade social"	Dividido em duas dimensões, retirado item v8.
		F2(19,40) - "preservação da natureza"	
Benevolência	12,18,27,33	12,18,27	Removido item v33
Hedonismo	10,26,37	10,26,37	Mantido com cross loading em v30
Autodeterminação	1,11,22, 34	1,11,22, 34	Mantido correlação entre erros de v11 e v34
Segurança	5,14,21,31, 35	F1(14,35) - "segurança /ordem nacional"	Eliminado item v5 e dividido em duas dimensões
		F2(21,31) - "segurança pessoal"	
Estimulação	6,15,30	6,15,30	Mantido sem alterações. Permitido cross loading do item v30
Conformidade	7,16,28,36	F1(7,16) "bom comportamento"	Dividido em duas dimensões
		F2(28,36) - "respeito"	
Tradição	9,20,25,38	20,25 (Tradição)	v9,v38 retirados do modelo
Poder	2,17,39	17,39 (Poder)	v2 transferido para fator realização
Realização	4,13,24,32	F1(4,13) – "reconhecimento das realizações"	Dividido em duas dimensões e adoção da variável V2 proveniente de poder
		F2(2,24,32) – "progredir na vida"	

As subdimensões encontradas no presente estudo foram semelhantes às encontradas por Saris, Knoppen e Schwartz (2013), replicando os achados em várias dimensões. Para os subfatores encontrados nos valores de universalismo, segurança e de realização foram utilizados os mesmos nomes. O fator F1 (v3, v23, v29) do Universalismo foi chamado de "igualdade social", enquanto o F2 (v19, v40) estava ligado ao meio ambiente e foi chamado assim de "preservação da natureza".

Os subfatores de segurança foram chamados de "segurança/ordem nacional" (v14, v35) e "segurança pessoal" (v21,31). Os fatores de realização também seguiram a mesma estrutura encontrada por Saris, Knoppen e Schwartz (2013). O primeiro fator esteve relacionado ao reconhecimento de outros pelo desempenho (v4, v13) e foi então chamado de "reconhecimento das realizações", enquanto o segundo fator, relacionado à "progredir na vida" (v2, v32). No entanto, os fatores relacionados à conformidade apresentaram configuração diferente do encontrado por Saris, Knoppen e Schwartz (2013), o Fator 1 foi chamado de "bom comportamento" (v7, v16) e o Fator 2 "respeito" (v28, v36).

7.6.4 Testes de Confiabilidade

Em relação a um instrumento de pesquisa, a confiabilidade refere-se ao grau de consistência que um instrumento mede um constructo, ou seja, a capacidade de produzir resultados equivalentes quando se fazem medições repetidas de uma característica (MALHORTA, 2001). A confiabilidade é um requisito para a validade, embora não seja condição suficiente para determinar a validade. Ou seja, é importante que um instrumento meça o que pretende medir, e também que forneça medições consistentes, quando utilizado em diferentes momentos.

Existem basicamente três formas de confiabilidade: confiabilidade de teste-reteste, confiabilidade paralela e análise de consistência interna. A confiabilidade de teste-reteste é determinada quando se aplica um instrumento em períodos de tempo diferente para os mesmos respondentes. As análises de consistência interna tem como objetivo Já a confiabilidade paralela está relacionada à correlação entre duas forma de instrumentos equivalentes.

A presente pesquisa adotou a análise de consistência interna através do Alfa de Cronbach para estimar a confiabilidade interna dos instrumentos utilizados. Foi utilizada também a confiabilidade paralela entre a dimensão de intenção empreendedora do QIE e a versão reduzida do Questionário de Intenção Empreendedora de Thompson (2009).

7.6.4.1 Alfa de Cronbach

Um dos testes mais utilizados para verificar a precisão de um instrumento é o Alfa de Cronbach, desenvolvido por Lee Cronbach em 1951. O teste fornece uma medida da consistência interna de um teste ou escala, com um número que varia entre 0 e 1. A consistência interna mede o grau em que todos os itens em uma escala medem um constructo latente, sendo assim um indicação entre as inter-relações entre estes itens.

O teste de consistência interna deve ser executado antes que a escala possa ser utilizada para pesquisa ou inferências, pois é um teste também de validade do instrumento de medida. Além, de fornecer uma estimativa da inter-relação entre os itens, a confiabilidade de uma escala também indica quanto existe de erro aleatório de mensuração (HAIR et. al, 2010). Valores acima de 0,60 para o Alfa de Cronbach são considerados satisfatórios para instrumentos de pesquisa exploratória, enquanto valores próximos de 1,0 indicam maior confiabilidade e menor erro aleatório presente. No entanto é importante levar em consideração que a confiabilidade é diretamente proporcional ao número de itens, assim escalas com muitos itens, tendem a apresentar um Alfa de Cronbach alto, independentemente de sua confiabilidade real.

Realizou-se a análise do Alfa de Cronbach para todos os itens que constituem os construtos do Questionário de Intenção Empreendedora, ou seja os componentes atitudinais, sociais de percepção de controle de comportamento e de intenção empreendedora, os resultados se encontram na Tabela 24:

Tabela 24: Análise de Consistência Interna – Questionário Intenções Empreendedoras

Escala	Alfa de Cronbach	Número de Itens	Média	Desv.Pad	Teste T ao quadrado de Hotelling
Escala de Atitudes	0,901	4	15,7979	3,9330	590,735 (p<0,001)
Apoio Social	0,762	3	12,8066	2,2234	49,897(p<0,001)
Percepção de Controle sobre Comportamento	0,770	4	12,2876	3,5833	517,151(p<0,001)
Intenção Empreendedora	0,927	4	12,6847	5,0056	353,919(p<0,001)

Os resultados indicaram índices de confiabilidade satisfatórios, variando entre 0,762 e 0,927. Além disso cada questão dentro apresentou média diferente entre os itens do mesmo constructo, conforme resultados do teste pelo Teste T ao quadrado de Hotelling. Foi então realizada a

análise de confiabilidade para as dimensões de valores culturais, mensuradas pela Questionário de Perfis de Valores (SCHWARTZ, 2001), e encontradas na análise fatorial confirmatória. Os resultados estão disponíveis na Tabela 25:

Tabela 25: Análise de Consistência Interna do Questionário de Perfis de Valores

Escala	Alfa de Cronbach	Número de Itens	Média	Desv.Pad	Teste T ao quadrado de Hotelling (p<0,05)
Universalismo F1 (“igualdade social”)	0,716	3	14,66	2,61	136,075
Universalismo F2 (“preservação da natureza”)	0,678	2	9,05	2,09	599,098
Benevolência	0,658	3	15,19	2,15	87,939
Hedonismo	0,731	3	13,87	2,93	349,926
Autodeterminação	0,622	4	20,08	2,64	207,403
Segurança F1 (“segurança nacional”)	0,680	2	8,55	2,27	16,759
Segurança F2 (“segurança pessoal”)	0,420	2	9,49	1,90	2,880(p=0,090)
Estimulação	0,634	3	12,88	2,83	713,584
Conformidade F1 (“bom comportamento”)	0,575	2	7,32	2,35	226,340
Conformidade F2 (“respeito”)	0,458	2	9,99	1,74	1,339(p=0,247)
Tradição	0,357	2	7,14	2,32	129,823
Poder	0,702	2	8,04	2,31	563,424
Realização F1 (“reconhecimento das realizações”)	0,626	2	9,06	2,14	220,152
Realização F2 (“progredir na vida”)	0,652	3	13,00	2,90	923,433

Boa parte dos itens apresentou confiabilidade acima do mínimo de 0,600. No entanto, a confiabilidade das escalas com 2 itens também foi verificada por metodologia alternativa. Eisinga Grotenhuis e Pelzer (2012) indicam que a fórmula Spearman-Brown deve ser utilizada para medir a confiabilidade das escalas de apenas dois itens. A fórmula para uma escala de dois itens está disponível abaixo (Eisinga Grotenhuis & Pelzer,2012):

$$Py1y2 = 1/(1 + \left[\frac{1}{\left(\frac{ry1y2}{(1 - ry1y2)} + \frac{ry1y2}{(1 - ry1y2)}\right)}\right]$$

De acordo com Eisinga Grotenhuis e Pelzer (*op cit.*), o coeficiente de Pearson (correlação entre itens) não é sempre uma medida adequada para estabelecer a confiabilidade. O coeficiente de Cronbach só é uma estimativa precisa de confiabilidade quando algumas premissas são

atendidas, como por exemplo a presença de mais de dois itens. O estudo de Eisinga Grotenhuis & Pelzer(2012) indicou de que o coeficiente Spearman-Brown possui menos viés, especialmente quando a correlação entre os itens é relativamente alta, sendo assim o melhor estimador para escalas de apenas dois itens. O resultado para as escalas do presente estudo estão disponíveis na Tabela 26:

Tabela 26: Confiabilidade de Escalas com dois itens – Fórmula Spearman-Brown

Escala	**Fórmula Spearman-Brown**	**Número de Itens**	**Correlação entre itens**	**SD y1**	**SD y2**
Universalismo F2 (“preservação da natureza”)	0,680	2	0,515	1,32	1,59
Segurança F1 (“segurança nacional”)	0,682	2	0,518	1,37	1,23
Segurança F2 (“segurança pessoal”)	0,421*	2	0,420	1,21	1,17
Conformidade F1 - (“bom comportamento”)	0,576	2	0,404	1,45	1,35
Conformidade F2 - (“respeito”)	0,458*	2	0,297	1,10	1,06
Tradição	0,373*	2	0,229	1,70	1,22
Poder/	0,703	2	0,542	1,36	1,27
Realização F1	0,609	2	0,438	1,16	1,35

Os resultados estimados pela fórmula convergiram para valores próximos aos obtidos pelo cálculo tradicional do coeficiente de Cronbach. As escalas de Segurança (F2- “Segurança Pessoal”, Conformidade (F2 – “Respeito”) e Tradição foram consideradas improprias por apresentarem valores muito baixos de confiabilidade.

Hair et al (2010) indica que os valores acima de 0,6 para pesquisas exploratórias demonstram confiabilidade interna satisfatória da consistência. A confiabilidade dos construtos variou entre 0,576 a 0,927, todas as escalas exceto a de conformidade (F1/ “bom comportamento”) possuíram valores superior ao limite mínimo estipulado, indicando uma confiabilidade interna adequada das escalas do estudo. A dimensão de conformidade foi retida embora valor ligeiramente inferior ao recomendado por Hair et al (2010) por ser a única a representar itens da dimensão de conformidade/tradição.

7.6.5 Variância Comum ao Método

Podsakoff e colaboradores (2003) indicam que a variância comum ao método é um problema potencial na maioria das pesquisas comportamentais, sendo reconhecido por grande parte dos pesquisadores, há mais de 40 anos. Este problema ocorre quando a variância é resultante do método utilizado e não de uma variação real dos constructos medidos, criando um viés nos resultados dos indicadores.

A variância comum de método introduz erros sistemáticos, que podem gerar explicações alternativas entre os diferentes constructos, ameaçando a validade das conclusões sobre o relacionamento entre as variáveis, e portanto a validade de todo o estudo, ao introduzir um fato comum de influência nos constructos mensurados, que pode ser confundido como um impacto entre as variáveis estudadas.

Podsakoff et al (2003) indicam uma série de fatores que podem contribuir para um viés relativo à variância comum ao método: efeitos atribuíveis ao respondente, características do item, contexto dos itens, efeitos de contexto de mensuração. Um sumário destes fatores pode ser encontrado no Quadro 23:

Quadro 23: Exemplos de fontes de variância comum ao método

Causas	**Efeitos do respondente**	**Efeitos da característica dos itens**	**Efeitos do contexto dos itens**	**Efeitos de contexto da mensuração**
Definição	Covariância artificial entre a variável preditora e a critério produzido por utilizar o mesmo respondente	Covariância artificial causada pela influência ou interpretação que um respondente pode ter devido a propriedade dos itens	Influências provocadas pelo contexto e a relação de um item com os outros que formam um instrumento	Influências relativas ao contexto onde as medidas são efetuadas
Exemplo de fatores	Busca de consistência entre respostas Desejabilidade Social Leniência (avaliar positivamente quem conhece) Aquiescência (tendência em concordar ou discordar independentemente do conteúdo)	Desejabilidade social do item Ambiguidade do item Mesmo formato de escalas para ambas variáveis Itens escritos em forma de afirmação ou negação	Inserção do item em um grupo de variável identificável ao respondente Indução de comportamento ou respostas Tamanho da escala	Variáveis preditoras e critério mensuradas no mesmo tempo, local ou tipo de instrumento

Fonte: Adaptado de PODSAKOFF et al (2003) pg. 882.

Assim, considerando as limitações presentes no método escolhido, que inclui a coleta das variáveis preditoras e dependentes de forma concomitante, o uso do mesmo tipo de itens para medir as variáveis no estudo (escala *Likert*), o potencial de desejabilidade social de alguns itens relativos a valores e intenção empreendedora, e a utilização de um mesmo método para coletar os dados, entre outros fatores, o que indica que o presente estudo está sujeito à variância comum ao método.

Desta forma, as sugestões de Podsakoff et al. (2003) foram empregadas para minimizar o problema de variância comum ao método nesta pesquisa. Os respondentes foram informados do anonimato das respostas, para diminuir a incidência de respostas socialmente aceitas. O uso de questionários também apresenta uma vantagem em relação a outros métodos de coleta de dados, pois pesquisas indicam que entrevistas face a face tem uma probabilidade maior de induzir respostas socialmente desejáveis (PODSAKOFF et al., 2003)

Além disso, os itens relativos as variáveis dependentes (atitude, apoio social e intenção empreendedora) e preditoras (valores humanos) foram separados no questionário, com o objetivo de criar uma distância psicológica entre os conceitos e diminuir a influência entre respostas de itens anteriores. Escalas mais curtas, com poucos itens, podem levar os respondentes a consultar a memória de curto prazo e responder os itens de forma semelhante, aumentando assim, de forma artificial a relação entre itens que são similares também em conteúdo.

Outro importante ponto é que as escalas de valores e de empreendedorismo, tinham em conjunto 63 itens, indicando um questionário de tamanho razoável, tornando menos possível que os respondentes criassem associações na memória entre os itens e as repostas anteriores, além de estarem distribuídos em quatro páginas. A utilização de constructos diferentes em um mesmo questionário também tem como objetivo diminuir os efeitos da utilização de um método único para coleta de dados.

Embora estes passos tenham sido tomados, foram aplicadas técnicas estatísticas para testar a presença de um viés resultante do método comum. Os testes foram o teste de Harman e o teste de Análise Fatorial Confirmatória.

O teste de fator único de Harman é uma das técnicas mais utilizadas para detectar problemas em relação à variância de método comum decorrentes da utilização de um único método de

coleta de dados. Neste teste, todas as variáveis do estudo são agregadas em um único fator na análise fatorial exploratória. Se este fator único explicar a maior parte da variância entre todos os itens (mais que 50%), pode-se inferir que tal variância é a comum ao método, induzindo erro sistemático na medida devido ao método de coleta de dados (Podsakoff et al, 2003).

Foi realizada uma análise fatorial exploratória com número de fatores limitado a 1, utilizando o método de componentes principais, com o objetivo de explicar o máximo de variância, e não a estrutura de correlação entre as variáveis. A utilização do método de componentes principais tende a explicar uma quantidade maior de variância, sendo portanto um teste mais poderoso para detectar a presença de um fator comum de variância (o método também maximiza a variância no primeiro fator extraído). O teste foi realizado com as escalas de valores humanos e intenção empreendedora. Os resultados estão presentes na Tabela 27:

Tabela 27: Variância total explicada de Fator Único - Teste Harman

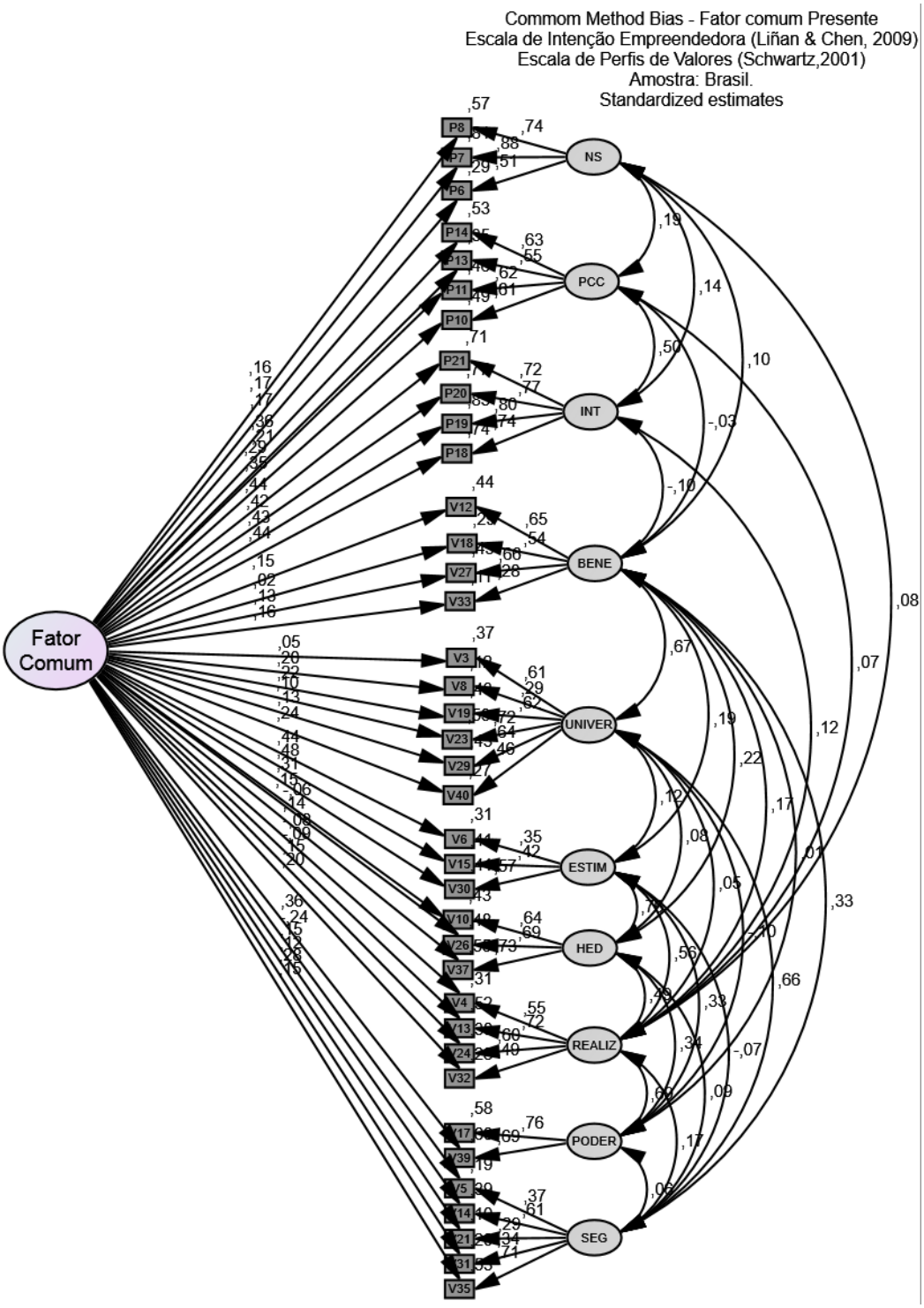
	Componente	**Somas de extração de carregamentos ao quadrado**		
		Total	**% de variância**	**% cumulativa**
Bruto	1	14,887	17,182	17,182
Re-escalonado	1	9,628	16,046	16,046

Método de extração: análise do componente principal.

A análise fatorial exploratória utilizando o método de componente principal indicou que o fator único explicou apenas 17,182 % da variação no conjunto de dados, sugerindo a ausência de problemas de viés comum ao método neste estudo.

Embora a técnica de Harman seja extensivamente utilizada, possui limitações, e recentemente têm se adotado a técnica de análise confirmatória fatorial utilizando um fator comum entre os constructos mensurados e verificando se a adição e posterior retirada do fator comum (que tem como objetivo medir o viés) impacta sensivelmente o valor dos coeficientes de regressão padronizada entre as variáveis observadas e os constructos latentes. Utilizou-se um critério de 0,20 para a diminuição máxima permitida pela adição do parâmetro de regressão padronizada (GASKIN, 2012). Foram utilizadas as escalas de intenção empreendedora e a escala de valores humanos, excluindo-se as dimensões de tradição e conformidade, que impossibilitaram a especificação do modelo, a retirada destas dimensões não afeta o teste proposto. Os coeficientes entre o fator comum são estimados livremente, e o modelo está disponível na Figura 51:

Figura 51: Fator Comum – Variância Comum ao Método



Os resultados do teste dos parâmetros indicaram que não havia presença significativa de um viés de método único, conforme Tabela 28.

Tabela 28: Comparação entre Coeficientes Padronizados (Presença de Fator Comum)

COM FATOR COMUM			
Standardized Regression Weights			
			Estimate
V12	<---	BENE	0,649
V18	<---	BENE	0,536
V27	<---	BENE	0,657
V33	<---	BENE	0,284
V3	<---	UNIVER	0,607
V8	<---	UNIVER	0,292
V19	<---	UNIVER	0,616
V23	<---	UNIVER	0,72
V29	<---	UNIVER	0,641
V40	<---	UNIVER	0,462
V6	<---	ESTIM	0,347
V15	<---	ESTIM	0,425
V30	<---	ESTIM	0,566
V10	<---	HED	0,639
V26	<---	HED	0,694
V37	<---	HED	0,731
V4	<---	REALIZ	0,547
V13	<---	REALIZ	0,718
V24	<---	REALIZ	0,602
V32	<---	REALIZ	0,49
V17	<---	PODER	0,762
V39	<---	PODER	0,69
V5	<---	SEG	0,372
V14	<---	SEG	0,61
V21	<---	SEG	0,293
V31	<---	SEG	0,344
V35	<---	SEG	0,714
P18	<---	INT	0,735
P19	<---	INT	0,805
P20	<---	INT	0,767
P21	<---	INT	0,724
P14	<---	PCC	0,628
P13	<---	PCC	0,555
P11	<---	PCC	0,618
P10	<---	PCC	0,61
P6	<---	NS	0,508
P7	<---	NS	0,881
P8	<---	NS	0,739

SEM FATOR COMUM				
Standardized Regression Weights				
			Estimate	Delta (X-Y)
V12	<---	BENE	0,669	0,02
V18	<---	BENE	0,524	-0,012
V27	<---	BENE	0,672	0,015
V33	<---	BENE	0,314	0,03
V3	<---	UNIVER	0,593	-0,014
V8	<---	UNIVER	0,334	0,042
V19	<---	UNIVER	0,656	0,04
V23	<---	UNIVER	0,716	-0,004
V29	<---	UNIVER	0,652	0,011
V40	<---	UNIVER	0,509	0,047
V6	<---	ESTIM	0,536	0,189
V15	<---	ESTIM	0,617	0,192
V30	<---	ESTIM	0,652	0,086
V10	<---	HED	0,675	0,036
V26	<---	HED	0,633	-0,061
V37	<---	HED	0,767	0,036
V4	<---	REALIZ	0,51	-0,037
V13	<---	REALIZ	0,657	-0,061
V24	<---	REALIZ	0,646	0,044
V32	<---	REALIZ	0,543	0,053
V17	<---	PODER	0,717	-0,045
V39	<---	PODER	0,75	0,06
V5	<---	SEG	0,291	-0,081
V14	<---	SEG	0,632	0,022
V21	<---	SEG	0,308	0,015
V31	<---	SEG	0,391	0,047
V35	<---	SEG	0,737	0,023
P18	<---	INT	0,859	0,124
P19	<---	INT	0,91	0,105
P20	<---	INT	0,875	0,108
P21	<---	INT	0,845	0,121
P14	<---	PCC	0,729	0,101
P13	<---	PCC	0,582	0,027
P11	<---	PCC	0,673	0,055
P10	<---	PCC	0,705	0,095
P6	<---	NS	0,537	0,029
P7	<---	NS	0,889	0,008
P8	<---	NS	0,762	0,023

A comparação entre os modelos indicou que não houve uma mudança significativa entre os parâmetros nos dois modelos, indicando a ausência de um fator comum com grande influência nos parâmetros.

Em resumo, os testes efetuados indicaram uma baixa explicação dos dados por um fator único, utilizando o teste de Harman, e também uma pequena alteração no valor dos parâmetros ao utilizar o modelo CFA com a adição de um fator comum. Assim, embora o viés de método esteja potencialmente presente em todos os estudos que utilizam o mesmo método para coletar as variáveis dependentes e independentes, neste estudo não foi detectado um problema relevante nos dados coletados.

7.6.6 Equivalência Cross Cultural das Medidas

Hui e Triandis (1985) indicam deve-se tomar cuidado especial quando se compara culturas em relação a diferença entre constructos, e para que sejam realizadas estas comparações uma série de pré-requisitos devem estar presentes, aumentando o rigor dos requisitos de equivalência a medida que a comparação desejada torna-se mais dependente de escalas e de métricas comuns. O requisito inicial é a equivalência *cross cultural*, que deve ser atendido para que qualquer tipo de comparação envolvendo culturas seja realizada.

A equivalência conceitual, significa que os conceitos estudados nas culturas devem ser passiveis de discussão, ou seja, que seja conceitualmente equivalente. No caso da presente pesquisa, o empreendedorismo é um fenômeno mundial que apresenta uma ideia central próxima nos dois países estudados, e também dentro das cinco regiões brasileiras.

A equivalência na operacionalização de um constructo representa a transição entre a teoria e a mensuração deste constructo, significa que o constructo é materializado e operacionalizado da mesma forma, ou seja itens são agrupados utilizando um mesmo procedimento, que mantenha o mesmo significado nas culturas estudadas.

Equivalência de itens, refere-se a mensuração de um mesmo constructo utilizando o mesmo instrumento, ou seja, cada um dos itens deve significar o mesmo para as culturas sendo comparadas, se os itens não são equivalente, não mensuram o mesmo constructo e portanto os resultados não podem ser comparados.

Finalmente, Hui e Triandis (1985) indicam que existe a equivalência escalar, onde os outros tipos de equivalência já foram estabelecidos e além disso, pode-se demonstrar que o constructo tem a mesma métrica, ou seja os valores obtidos nos testes tem o mesmo significado nas culturas estudadas. Embora este seja o tipo ideal de equivalência, dificilmente consegue-se chegar a este nível. Mas para realizar comparações entre as escalas, deve-se conseguir o nível de equivalência escalar ou métrica.

Portanto, antes que se possa analisar variáveis e realizar comparações entre os grupos é essencial se testar a invariância do modelo de mensuração nos diferentes grupos, para garantir que a estrutura e cargas fatoriais são equivalentes entre os grupos estudado, ou seja, que os constructos comparados medem o mesmo constructo latente nos dois ou mais grupos comparados.

Existem basicamente dois tipos de testes para invariância do modelo de mensuração: configural e métrica. O teste de invariância configural permite de certa forma testar os três primeiros tipos de equivalência propostas por Hui e Triandis (1985), enquanto a equivalência escalar é testada pela invariância métrica. Ambos os testes são realizados através de uma análise fatorial confirmatória. A diferença entre os dois testes é que na invariância configural, os grupos a serem testados são divididos e se verifica se o modelo tem um bom ajuste aos dados, sem nenhuma restrição aos valor dos parâmetros.

Já a análise de invariância métrica, realiza o teste introduzindo uma restrição de que o valor dos parâmetros entre os dois grupos deve ser o mesmo, e verificando se há uma diferença significativa entre os modelos, utilizando comparação entre estatísticas de ajuste, como o teste do Qui-Quadrado (Hui e Triandis, 1985). Os testes foram realizados com o software AMOS versão 21, e para as duas principais escalas do estudo, valores e intenção empreendedora, de forma separada.

O primeiro teste, para estabelecer a invariância configural consiste no teste do modelo retido com os dados de cada um dos grupos testados. Este teste é o primeiro passo, e indica se os constructos tem significados semelhantes nos diferentes grupos, ou seja se o constructo tem o mesmo significado e estrutura, sendo assim o primeiro teste que possibilita a comparação entre grupos (MILFONT e FISCHER, 2010). O resultado dos testes do Questionário de Intenção Empreendedora está disponível na Tabela 29:

Tabela 29: Testes de Invariância – Escala Intenção Empreendedora

Região	χ2	df	CMIN/df	CFI	RMSEA	PCLOSE	AIC
Norte	118,983	84	1,416	0,952	0,067	0,161	190,983
Nordeste	207,215	84	2,467	0,947	0,073	0,002	279,215
Centro-Oeste	150,602	84	1,793	0,945	0,078	0,016	222,602
Sul	143,636	84	1,710	0,981	0,044	0,775	215,636
Sudeste	222,188	84	2,645	0,971	0,057	0,091	294,188
Cabo Verde	135,318	84	1,611	0,936	0,076	0,044	207,318

Os resultados indicam que o modelo sem nenhum tipo de restrição se ajusta bem aos dados, em todas as regiões testadas. Como algumas das amostras eram pequenas (94 na Região Norte), adotou-se como critério de ajuste um RMSEA menor que 0,08 e um CFI maior que 0,900 (BENTLEY, 1994).

O segundo passo do teste de invariância configural foi realizado utilizando a abordagem análise fatorial multigrupo (MILFONT & FISCHER, 2010). Neste procedimento todos os grupos foram incluídos para verificar o ajuste dos dados com todos as amostras, sem aplicar nenhuma restrição de igualdade nas cargas fatoriais, termos de erro e covariância. Os resultados indicaram um ótimo ajuste dos dados (χ2=975,886 (df=504), C/DF=1,936, RMSEA=0,025(0,023 a 0,028 – IC 90%), CFI=0,964).

Portanto conclui-se que existe invariância configural entre os grupos testados (cinco Regiões Brasileiras e Cabo Verde) para o Questionário de Intenção Empreendedora, ou seja, os constructos tem o mesmo significado para os diferentes grupos. Segundo Milfont e Fischer (2010) o nível de restrição varia, conforme a necessidade de comparação entre os grupos, os diferentes parâmetros que podem ser restritos, juntamente com a invariância que testam está disponível no Quadro 24:

Quadro 24: Modelos e tipos de invariância métrica

Modelo Comparação	Restrição de Igualdade Parâmetros	Tipo de invariância
Modelo 0	Nenhum	(Invariância configural)
Modelo 1	Cargas fatoriais	Invariância fraca
Modelo 2	Cargas fatoriais e interceptos dos itens	Invariância forte
Modelo 3	Cargas fatoriais, interceptos dos itens e variâncias e covariâncias dos fatores	Invariância métrica (igualdade nas escalas)
Modelo 4	Cargas fatoriais, interceptos, variância e covariância residual dos itens (erros)	Invariância Estrita

Fonte: Adaptado de MILFONT & FISCHER (2010)

Milfont e Fischer (2010) indicam que o tipo de invariância estrita, representado no modelo 4 não possui interesse prático para comparar média de grupos, além disso representa um teste

demasiadamente restritivo para comparar grupos. Por isso, serão testados os três tipos de invariância (cargas fatoriais, interceptos e covariância entre os fatores).

Procedeu-se então para o teste de invariância métrica entre os grupos. O procedimento *multigroup analysis do AMOS* foi utilizado para restringir os parâmetros. Os modelos e as restrições para cada um dos testes está disponível no Apêndice L. O resultado da comparação dos modelos pode ser encontrado na Tabela 30:

Tabela 30: Invariância do QIE – Comparação de Modelos

	Npar	**CMIN**	**DF**	**DIF χ2(p)**	**RMSEA (IC - 90%)**	**CFI**
Unconstrained (Modelo 0)	312	904,609	498		0,25 (0,23-0,28)	0,964
Measurement weights (Modelo 1)	257	981,715	553	p(0,03)	0,25 (0,22-0,27)	0,962
Measurement intercepts (Modelo 2)	182	1318,589	628	p(0,000)	0,25 (0,26-0,31)	0,942
Structural covariances (Modelo 3)	132	1404,609	678	p(0,000)	0,25 (0,26-0,30)	0,939
Independence model	180	13683,237	630	-	0,119(0,117-0,120)	-

Os resultados indicaram que as escalas obtiveram ajuste adequado nos diferentes grupos mesmo quando restritas em relação aos principais parâmetros (modelo 3), mesmo com a limitação de tamanho de amostra em alguns grupos (Regiões Norte, Cabo Verde e Centro-Oeste).

Foi então realizado o mesmo procedimento para estabelecer a invariância da Escala de Valores Humanos. No entanto, não foi possível estimar todos os valores de forma simultânea. Por isso, foram utilizados dois conjuntos de valores para possibilitar a estimação dos parâmetros do modelo, devido à grande quantidade de variáveis e intercorrelações presentes.

O primeiro conjunto foi composto pelos valores de igualdade social, preservação da natureza, benevolência, hedonismo e estimulação **(conjunto 1)**, enquanto o segundo conjunto congregou os valores de autodeterminação, segurança nacional, bom comportamento, poder, reconhecimento das realizações e progredir na vida (**conjunto 2**).

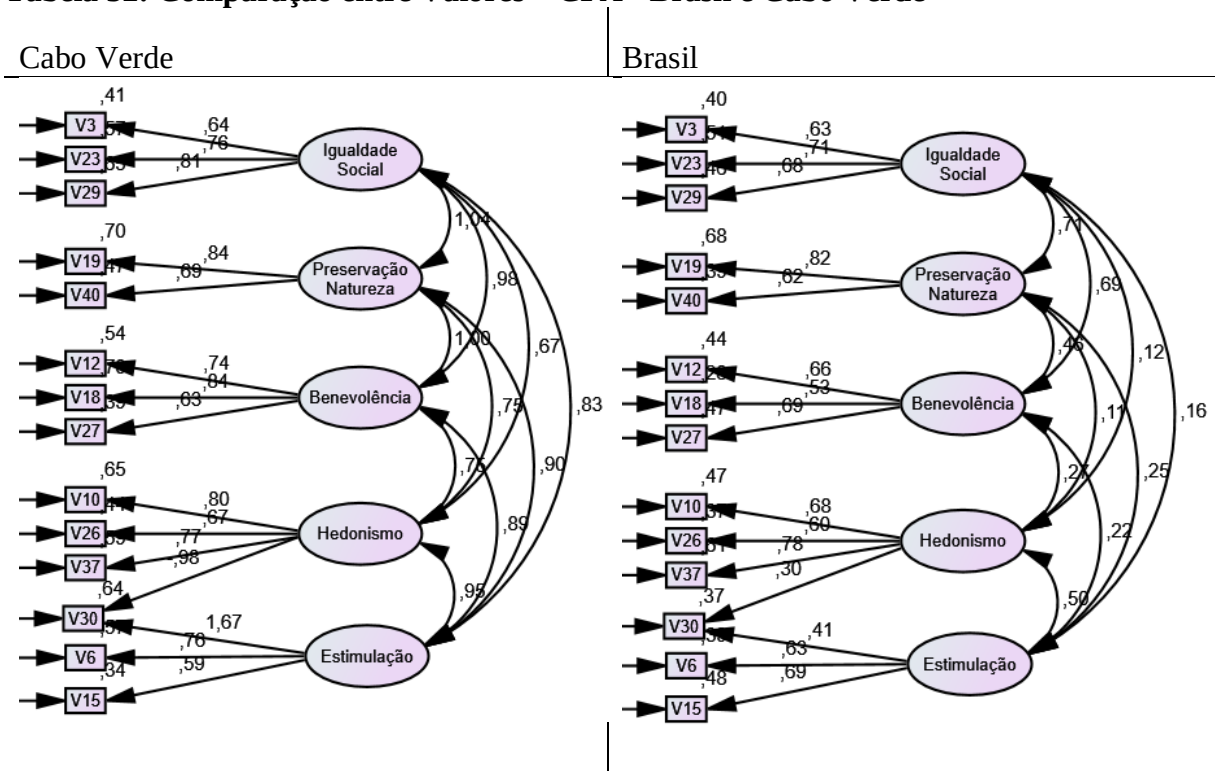
O primeiro teste de invariância configural das dimensões de valores foi realizado entre Brasil e Cabo Verde. O resultado dos testes do primeiro grupo de valores está disponível na Tabela 31:

Tabela 31: Testes de Invariância – Valores (Parte 1)

Região	χ2 (média 1000 bootstraps)	df	CMIN/df	CFI	RMSEA	PCLOSE	AIC
Brasil	246,900 (314,242)	66	314,242	0,961	0,045	0,924	324,900
Cabo Verde	**SOLUÇÃO NÃO ADMISSIVEL**						

O Modelo de Valores Humanos (primeiro conjunto de valores) se ajustou bem aos dados na amostra brasileira, sem nenhuma restrição de igualdade, no entanto a estimação realizada com a amostra cabo-verdiana não encontrou uma solução admissível, pois a matriz de covariância não foi positivamente definida. Ainda assim, uma comparação entre os parâmetros estimados nas duas amostras pode ser encontrado na Tabela 32:

Tabela 32: Comparação entre Valores – CFA - Brasil e Cabo Verde



Nota: Estimação do conjunto 1 de Valores – Brasil e Cabo Verde

O modelo não convergiu para uma solução aceitável na amostra cabo-verdiana. Embora a amostra de tamanho reduzido possa ser um dos fatores, os resultados apontam para problemas adicionais. A correlação estimada entre o fator igualdade social e preservação da natureza foi maior que 1 (1,043), evidenciando problemas na estimação. Ainda, a correlação entre os fatores esteve próxima de 1, mesmo para constructos que apresentaram baixa correlação nos testes

efetuados na amostra brasileira, indicando fraca validade divergente, mesmo que o fator pudesse ser estimado.

Assim, não foi testado o segundo conjunto de valores, pois os testes indicaram falta de invariância configural entre a amostra brasileira e cabo-verdiana, indicando que os constructos não foram entendidos da mesma forma nos dois países, sendo assim impossível realizar qualquer comparação válida entre os escores nestas dimensões. Procedeu-se então para a verificação de invariância configural entre as regiões brasileiras, realizando o procedimento em dois passos. Primeiro o ajuste em cada região separadamente e em um segundo momento a análise multi-grupos.

As amostras de regiões com menor quantidade de observações não puderam convergir satisfatoriamente todos os valores de forma simultânea, por isso foram testados os grupos Nordeste, Sudeste e Sul, que possuíam amostras maiores (acima de 200 observações). Por isso, a invariância métrica será assumida para os grupos menores (região Norte e Centro-Oeste). O resultado do primeiro teste de invariância configural, isto é, com o modelo estimado para região de forma independente está disponível na Tabela 33:

Tabela 33: Ajuste dos Modelos de Valores Humanos – Invariância Configural

	Região	**χ2**	**Df**	**CMIN/df**	**CFI**	**RMSEA**	**PCLOSE**	**AIC**
Conjunto de Valores 1	Nordeste	84,721	66	1,284	0,979	0,033	0,932	162,721
	Sul	170,746	66	2,587	0,909	0,067	0,012	248,746
	Sudeste	145,398	66	2,203	0,949	0,050	0,495	223,398
Conjunto de Valores 2	Nordeste	147,378	73	2,019	0,917	0,061	0,101	241,378
	Sul	152,351	73	2,087	0,930	0,055	0,254	246,351
	Sudeste	165,122	73	2,262	0,942	0,050	0,472	259,122

Os resultados indicam que o modelo foi adequado nas regiões comparadas, nos dois conjuntos de valores. O próximo passo foi a análise fatorial multigrupo (MILFONT & FISCHER, 2010), incluindo todos os grupos, sem aplicar nenhuma restrição de igualdade nas cargas fatoriais, termos de erro ou covariância.

Os resultados indicaram ajuste dos dados superior aos estimados por região para o conjunto de **valores 1** ($\chi2$=400,878 (df=198), C/DF=2,025, RMSEA=0,031(0,026 a 0,035 – IC 90%), CFI=0,943), e ajustes igualmente bons para o conjunto de **valores 2** ($\chi2$=464,911 (df=219), C/DF=2,123, RMSEA=0,031(0,027 a 0,035 – IC 90%), CFI=0,932)

Estes resultados apontam uma invariância configural nos valores humanos nas regiões testadas, indicando que os constructos tem o mesmo significado para os diferentes grupos, e podem ser comparados. O fato do modelo completo, quando inclui as regiões Norte e Centro-Oeste apresentar ajuste adequado, sinaliza para uma invariância configural entre as 5 regiões brasileiras. Procedeu-se então para o teste de invariância métrica entre os grupos. O procedimento *multigroup analysis do AMOS* foi utilizado para restringir os parâmetros. O resultado da comparação dos modelos pode ser encontrado na Tabela 34:

Tabela 34: Invariância do Questionário de Valores Humanos – Comparação de Modelos

	Modelos	**par**	**CMIN**	**DF**	**DIF $\chi 2$(p)**	**RMSEA (IC - 90%)**	**CFI**
Valores 1	**Unconstrained (Modelo 0)**	186	464,911	219	-	0,31 (0,027-0,035)	0,932
	Measurement weights (Modelo 1)	168	492,711	237	0,065	0,31 (0,027-0,035)	0,909
	Measurement intercepts (Modelo 2)	138	611,844	267	<0,000	0,34 (0,030-0,037)	0,905
	Structural covariances (Modelo 3)	96	686,933	309	0,001	0,33 (0,029-0,036)	0,896
	Independence model	90	3932	315	-	0,1 (0,098-0,103)	
Valores 2	**Unconstrained (Modelo 0)**	159	400,878	198		0,31 (0,26-0,35)	0,943
	Measurement weights (Modelo 1)	139	426,021	218	0,166	0,29 (0,25-0,34)	0,942
	Measurement intercepts (Modelo 2)	111	483,236	246	0,001	0,30 (0,26-0,33)	0,940
	Structural covariances (Modelo 3)	81	522,504	276	<0,000	0,28 (0,25-0,32)	0,939
	Independence model	84	3857	273	-	0,109(0,106-0,112)	-

Nota: Valores 1 - Igualdade social, preservação da natureza, benevolência, hedonismo e estimulação
Valores 2 - autodeterminação, segurança nacional, bom comportamento, poder, reconhecimento das realizações e progredir na vida

Os resultados indicaram que as escalas obtiveram ajuste adequado nos diferentes grupos mesmo quando restritas em relação aos principais parâmetros (modelo 3) no dois conjuntos de valores humanos, indicando que tanto a invariância configural quanto a invariância métrica foram alcançadas para o Questionário de Intenção Empreendedora, indicando que comparações entre os grupos ou culturas estudados podem ser realizadas, pois os conceitos são equivalentes nos dois países, e nas diferentes regiões, além da métrica também ser equivalente, conforme indicaram os testes efetuados.

A escala de valores humanos também apresentou invariância configural e métrica na amostra Brasileira, no entanto, as propriedades não foram satisfatórias na amostra cabo-verdiana. Neste grupo a relação entre fatores próximos foi próxima de 0,90, indicando problemas de colinearidade, e validade dos constructos, principalmente de validade divergente.

Embora fosse possível realizar uma nova análise buscando novas configurações de valores humanos de forma exploratória, optou-se por não utilizar este procedimento, pois com uma

amostra reduzida, os resultados poderiam ser muito dependente dos resultados e não refletir valores presentes em Cabo-verde. Por isso, os resultados da escala de valores em Cabo Verde foram descartados, por não serem compatíveis com a estrutura encontrada no Brasil. Assim, as análises envolvendo valores humanos envolveram somente amostras provenientes das cinco regiões brasileiras.

Não obstante, dentro das regiões brasileiras, a escala teve bom ajuste em todas as regiões, indicando invariância configural e métrica, sendo assim passível de comparação de média entre as diferentes regiões.

7.7 Estatísticas Descritivas

As variáveis dependentes e independentes foram obtidas através dos procedimentos de múltipla imputação do AMOS 21, após todos os testes de validade e equivalência das escalas. É importante destacar que as estatísticas relacionadas as variáveis sócio demográficas já foram apresentadas no item "Caracterização da Amostra", portanto a Tabela 35 indica somente os valores das escalas utilizadas no estudo:

Tabela 35: Estatísticas Descritivas Variáveis de Intenção e Valores

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desvio Padrão
Estimulação	1370	1,01	4,21	3,0519	,58621
Hedonismo	1370	1,15	4,58	3,5411	,65747
Benevolência	1370	1,71	5,11	4,2244	,54588
Preservação da Natureza	1370	1,35	5,77	4,5613	,83253
Igualdade Social	1370	1,47	4,86	3,9348	,59887
Progredir na Vida	1370	1,54	5,67	4,1382	,75851
Reconhecimento de realizações	1370	,80	3,72	2,7108	,57695
Poder	1370	1,55	5,98	4,2454	,84095
Bom comportamento	1370	-,09	3,87	2,0158	,74095
Segurança/Ordem Social	1370	1,32	5,40	3,9154	,81083
Autodeterminação	1370	1,30	4,85	3,8630	,51741
Intenção Empreendedora	1471	,92	4,74	3,0944	1,08494
Percepção de Controle	1471	1,07	5,17	3,2575	,87647
Apoio Social	1471	,77	5,13	3,1181	,60108
Atitudes Pessoais	1471	,93	4,44	3,3595	,84034
N Válido (Todas as Variáveis)	1370				

Os itens relativos a escala de valores e intenção empreendedora foram transformados para tomarem valores de 0 a 100, para facilitar a interpretação e comparação entre os dados. As transformações foram executadas no software SPSS, e não geram qualquer tipo de mudança no padrão de correlação entre variáveis ou nas análises seguintes, sendo frequentemente utilizadas para facilitar a compreensão (SONG et al, 2013). Ou seja, a correlação entre a variável transformada e a anterior é igual a 1. Utilizou-se a fórmula para a transformação:

$$valor\ transformado = (var - min) \times \frac{(100 - 0)}{max - min}$$

Onde **var** = valor de cada observação, **min** = valor mínimo e **max** = valor máximo da variável

O valor das escalas, já transformadas, de 0 a 100, está presente na Tabela 36:

Tabela 36: Estatísticas Descritivas Variáveis de Intenção e Valores – 0 A 100

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desvio Padrão
Estimulação	1370	,00	100,00	61,2748	19,58507
Hedonismo	1370	,00	100,00	64,6143	22,25675
Benevolência	1370	,00	100,00	64,7760	21,37437
Preservação da Natureza	1370	,00	100,00	65,6957	23,18883
Igualdade Social	1370	,00	100,00	64,7710	22,51082
Progredir na Vida	1370	,00	100,00	60,3175	19,66668
Reconhecimento de realizações	1370	,00	100,00	63,9011	20,65172
Poder	1370	,00	100,00	59,1399	19,75169
Bom comportamento	1370	,00	100,00	53,1081	18,71700
Segurança/Ordem Social	1370	,00	100,00	61,9560	20,80654
Autodeterminação	1370	,00	100,00	60,7039	20,26709
Intenção Empreendedora	1471	,00	100,00	56,8332	28,40838
Percepção de Controle	1471	,00	100,00	53,4262	21,38691
Apoio Social	1471	,00	100,00	49,8350	16,15726
Atitudes Pessoais	1471	,00	100,00	69,1682	23,89342
N Válido (Todas as Variáveis)	1370				

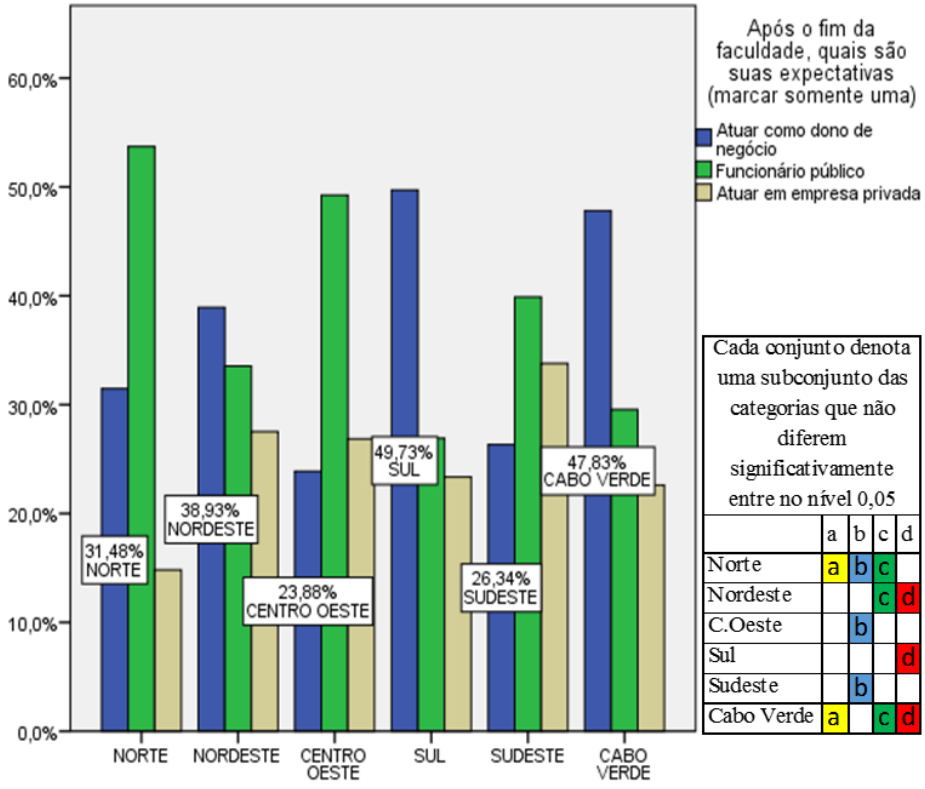
Nos próximos itens deste trabalho a comparação entre os grupos será realizada tendo as variáveis padronizadas como variáveis dependentes.

7.8 Comparações entre Grupos

Para verificar possíveis diferenças entre grupos procedeu-se a confecção de tabelas cruzadas, além da comparação entre as médias das variáveis da presente pesquisa através do procedimento de Análise de Variância (ANOVA) utilizando 1000 *bootstraps* para calcular os intervalos de confiança. Foram executados teste de comparação entre médias entre as variáveis estudadas, e os principais cortes com possíveis implicações teóricas ou práticas são apresentados nos próximos itens.

Os cortes utilizados foram por região geográfica, curso, gênero, período na universidade, realização de curso de empreendedorismo e a presença de parentes ou amigos empreendedores. As variáveis dependentes, ou seja, o objeto das comparações são a atitude em relação ao empreendedorismo, a intenção empreendedora, apoio social e a percepção de controle sobre a atividade empreendedora, além das dimensões de valores humanos. A primeira comparação realizada foi a expectativa dos alunos em relação a carreira após formados. A Figura 52 mostra a distribuição por região geográfica:

Figura 52: Expectativa dos Alunos Após Terminar Graduação



Foram realizados testes de Qui-Quadrado, através do procedimento CROSSTABS do SPSS para verificar se as diferenças observadas são estatisticamente significativas em termos de

diferenças entre categorias, ou seja, se as três categorias são estatisticamente diferentes em cada região, e se existe diferença significativa entre o percentual de estudantes que quer seguir cada carreira. Testes indicaram diferenças na distribuição entre opções nas diferentes regiões e também entre a preferência entre as três opções no Brasil e em Cabo Verde (Qui-Quadrado=88,716; p-valor < 0,001).

A legenda em forma de uma tabela de agrupamento, disponível na Figura 52, indica que Cabo Verde, Região Sul e o Nordeste, possuem percentuais estatisticamente equivalentes testados através de teste t, utilizando a correção de Bonferroni, que realiza o ajuste da significância ao se executar múltiplas comparações (p-valor<0,05), estando classificados em um mesmo grupo (**d**), sendo portanto as regiões com maior percentual de alunos com expectativa de se tornarem empreendedores após o fim do curso de graduação.

Em um patamar mais baixo estão a Região Sudeste, Centro-Oeste e Norte que tiveram percentuais estatisticamente equivalentes (formando o grupo **b**). As regiões Norte e Nordeste e Cabo Verde têm médias que podem ser consideradas iguais de indivíduos que tem expectativa de ser empreendedor (**c)**, o mesmo ocorre na comparação entre região Norte e Cabo Verde (**a**).

Em relação a diferença entre as opção de carreiras entre as regiões, o percentual foi significativamente maior para a carreira empreendedora em Cabo Verde e Região Sul (p-valor<0,001), a regiões Centro-Oeste apresentou uma preferência para a carreira pública, as outras regiões não apresentaram uma opção que obtivesse preferência do ponto de vista de significância estatística entre proporções, embora no sudeste, a expectativa de se tornar empreendedor foi estatisticamente menor que as outras opções.

Em relação ao gênero, os 44,4% dos homens informaram ter expectativa de se tornarem donos de um negócio após o fim da faculdade, enquanto para as mulheres este índice foi de 33,4 %, no entanto uma percentual maior de mulheres (39,4%) tem expectativa de um emprego público, ao mesmo tempo que nos homens este percentual é de 31,5%, e ambos tem uma expectativa semelhante em relação a atuar em empresa privada (p-valor > 0,05).

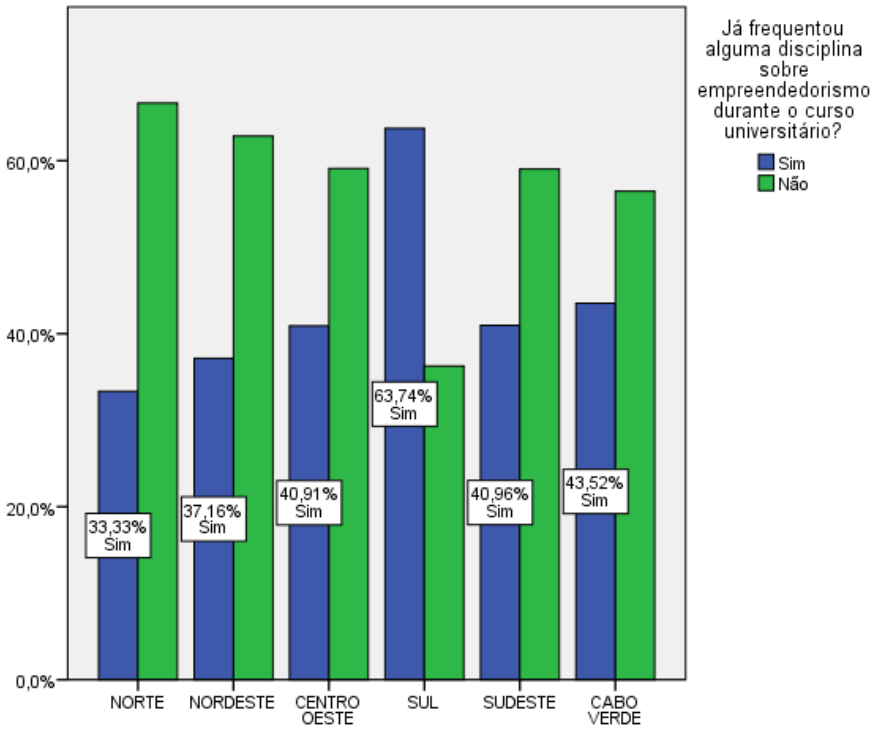
Em relação ao curso de Administração em comparação aos outros cursos, os resultados são divergentes, quando se divide a amostra entre dados coletados no Brasil e em Cabo Verde.

Em Cabo Verde, não houveram diferenças significativas na proporção de alunos esperavam tornar-se funcionários públicos, donos de novas empresas ou funcionários da atividade privada, quando se testou por diferenças no curso de origem (Qui-quadrado=2,082; p-valor=0,353).

Já no Brasil, os alunos do curso de administração, tiveram uma menor proporção de alunos que possuíam expectativa de serem funcionários públicos, e maior de atuar na iniciativa privada. Não houveram diferenças entre a proporção de alunos com expectativa de seguir uma carreira de empreendedor após terminar a faculdade.

A presença de disciplinas na grade dos cursos também parece apresentar diferenças em relação a da região do país (Qui-quadrado=84,166; p-valor<0,001), a Figura 53 mostra a distribuição juntamente com os testes comparativos entre as proporções.

Figura 53: Alunos que Frequentaram Disciplinas de Empreendedorismo



Os dados indicam que a Região Sul têm uma proporção significativamente mais alta do que as outras Regiões Brasileiras, enquanto a Região Norte apresentou uma proporção significativamente menor (p-valor<0,001).

Em relação as escalas que compõem o Questionário de Intenção Empreendedora, houveram diferenças significativas em todas as variáveis da escala de empreendedorismo (Intenção F=12,976 - p<0,001; Percepção de Controle F= 12,129 - p<0,001; Apoio Social F=80,245 -

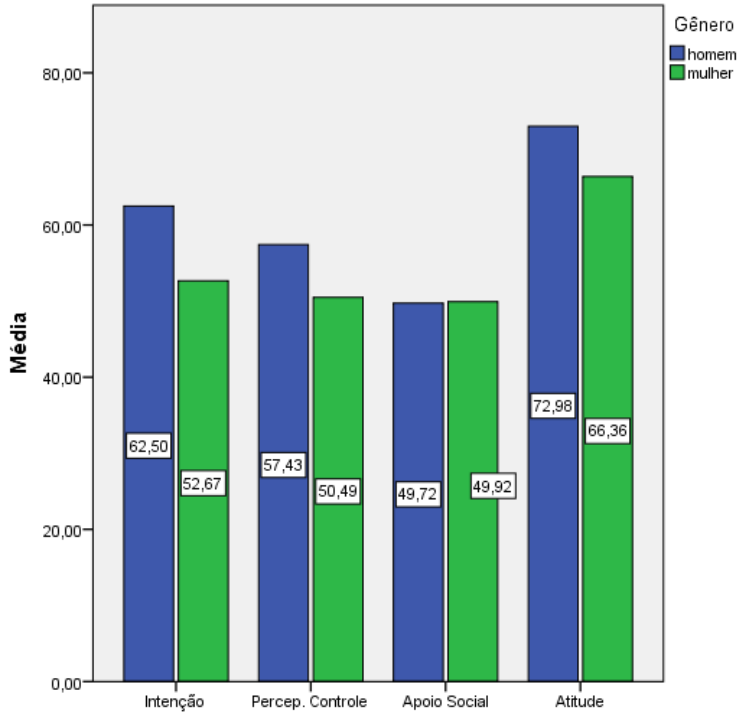
p<0,001; Atitude F=7,451 - p<0,001). O teste de diferença de medias entre as diferentes regiões cada está disponível no Apêndice P.

A região Centro-Oeste apresentou a menor média de IE de todas as regiões pesquisadas, com uma diferença estatisticamente significativa. As outras regiões apresentaram médias estatisticamente equivalentes. O mesmo ocorreu em relação a atitude em relação ao empreendedorismo. A região Centro-Oeste apresentou média de AE estatisticamente mais baixa que o restante das regiões comparadas. A comparação entre as normas subjetivas, indicou que são iguais para todas as regiões brasileiras, com exceção de Cabo Verde, que apresentou uma média superior a todas as regiões brasileiras.

No entanto, o constructo que apresentou a maior diferença foi a percepção sobre controle do comportamento (PCC). No teste *post-hoc* de Tukey B, as regiões Centro-Oeste e Cabo Verde obtiveram as menores médias nesta variável. As regiões Sul, Sudeste e Nordeste tiveram as maiores médias, indicando que os alunos nestas regiões consideram que tem mais controle sobre a decisão de se tornar empreendedores.

Foram testadas diferenças entre os gêneros em relação as variáveis do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), atitudes, normas subjetivas (apoio social), PCC e intenção empreendedora. A comparação pode ser vista na Figura 54:

Figura 54: Média Variáveis QIE vs Gênero



Os homens apresentaram maior escore nas dimensões de intenção empreendedora, percepção de controle e atitude em relação ao empreendedorismo ($p<0,001$), no entanto os dois grupos apresentaram resultados praticamente idênticos na dimensão de apoio social ao empreendedorismo.

A existência de parentes ou amigos empreendedores têm sido considerada como uma importante influência nas intenções e atitudes em relação ao empreendedorismo. Para operacionalizar este conceito, a quantidade de empreendedores conhecidos reportadas no questionário foi somada, dando origem a um escore variando de zero, no caso de não possuir pais, irmãos, tios/primos ou amigos empreendedores até quatro, no caso de possuir/conhecer pessoas em todas as categorias.

Paralelamente foi realizada uma operacionalização análoga a variável *Role Model*, ou presença de um modelo de comportamento empreendedor, utilizado por Liñán & Chen (2009), distinguindo apenas a presença ou não de empreendedores como modelos de comportamento (0 para não ter nenhum conhecido empreendedor, e 1 para os que possuem pelo menos uma pessoa empreendedora dentro das categorias citadas acima).

No teste com a variável binária (0 ou 1), semelhante ao cálculo de Liñán & Chen (2009) foram detectadas diferenças significativas entre os dois grupos na amostra brasileira. Os indivíduos que informaram possuir ao menos um parente ou amigo empreendedor ($n=1060$) reportaram uma maior intenção empreendedora (58,29 vis 50,30), maior percepção de controle sobre o processo de empreendedorismo, ou seja, se julgam mais capazes de se tornar empreendedores (55,78 vs 49,61), maior apoio social (48,45 vs 45,86) e atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo (71,20 vs 63,78). Todas as diferenças foram significativas com p-valor $<0,05$. A amostra Cabo-Verdiana não apresentou diferença entre os dois grupos.

O uso da variável com informações sobre a quantidade de parentes empreendedores permitiu um melhor entendimento da dinâmica. Em geral, quanto maior a quantidade de empreendedores conhecidos maior o escore nas dimensões relacionadas ao empreendedorismo. A Tabela 37 contém os resultados divididos por região e quantidade de empreendedores:

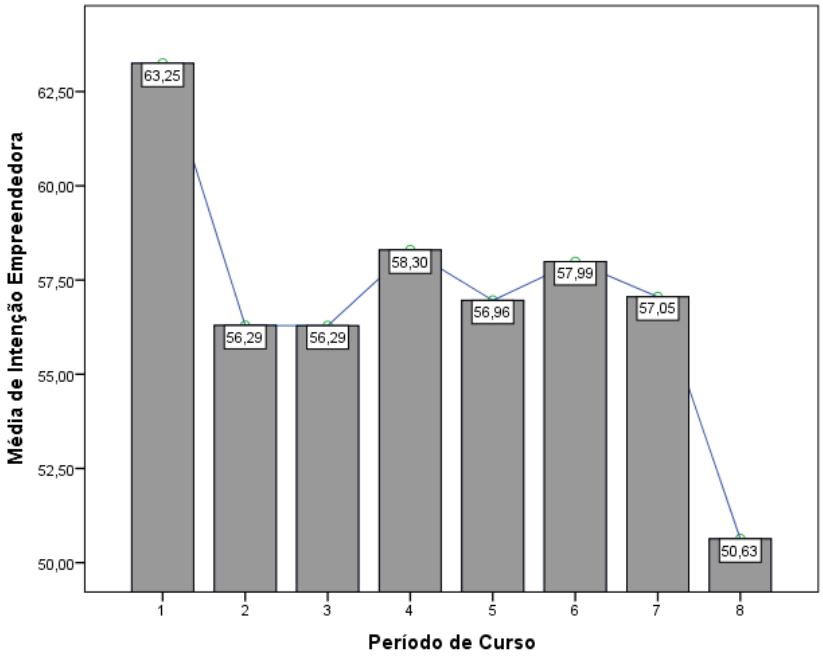
Tabela 37: Presença de Empreendedores e Variáveis de Intenção Empreendedora

				Intenção Emp.	Percepção controle	Apoio Social	Atitude Emp.
Região	**N**	**Variável**	**Grupo**	**Média**	**Média**	**Média**	**Média**
Norte	**93**	**Quantidade Empreendedores Parentes/Amigos**	0	61,59	49,57	48,97	72,60
			1	58,92	49,51	46,32	73,40
			2	46,10	48,58	45,12	64,72
			3	58,96	60,72	51,09	73,71
Nordeste	**272**	**Quantidade Empreendedores Parentes/Amigos**	0	52,83	49,25	45,47	64,41*
			1	60,32	56,86	48,42	73,59*
			2	64,21	57,11	48,55	73,23*
			3	69,21	59,31	45,38	85,88*
Centro-Oeste	**132**	**Quantidade Empreendedores Parentes/Amigos**	0	29,96*	37,05*	40,92	49,52
			1	40,69*	45,76*	45,99	59,49
			2	52,83*	53,73*	48,53	69,43
			3	62,28*	59,05*	47,77	76,50
Sul	**357**	**Quantidade Empreendedores Parentes/Amigos**	0	55,20*	52,34*	42,76*	64,68*
			1	60,53*	56,28*	50,71*	73,41*
			2	69,53*	63,01*	49,18*	77,97*
			3	67,40*	63,66*	51,19*	77,28*
Sudeste	**495**	**Quantidade Empreendedores Parentes/Amigos**	0	49,77*	50,71*	47,60	64,61*
			1	52,02*	53,29*	47,17	65,66*
			2	64,96*	60,62*	47,45	73,08*
			3	70,44*	68,85*	54,38	80,49*
Cabo Verde	**101**	**Quantidade Empreendedores Parentes/Amigos**	0	63,96	39,23	81,76	70,32
			1	62,70	42,18	74,35	66,77
			2	73,49	47,14	76,55	73,03
			3	78,28	59,47	91,67	84,18

* diferença significativa entre os grupos (p<0,05)

No teste comparativo usando o período de curso como fator de comparação, não foi detectada diferença significativa, com exceção da intenção empreendedora, que parece diminuir a medida que os estudantes se aproximam do período de conclusão do curso (F=1,996 - p=0,036), apresentando um comportamento curiosos, com dois momentos de forte queda. O primeiro momento ocorre após a conclusão do primeiro período (n=168) e o segundo momento parece ocorrer no oitavo período letivo (n=137) (período 1 a 8 considerados), conforme Figura 55:

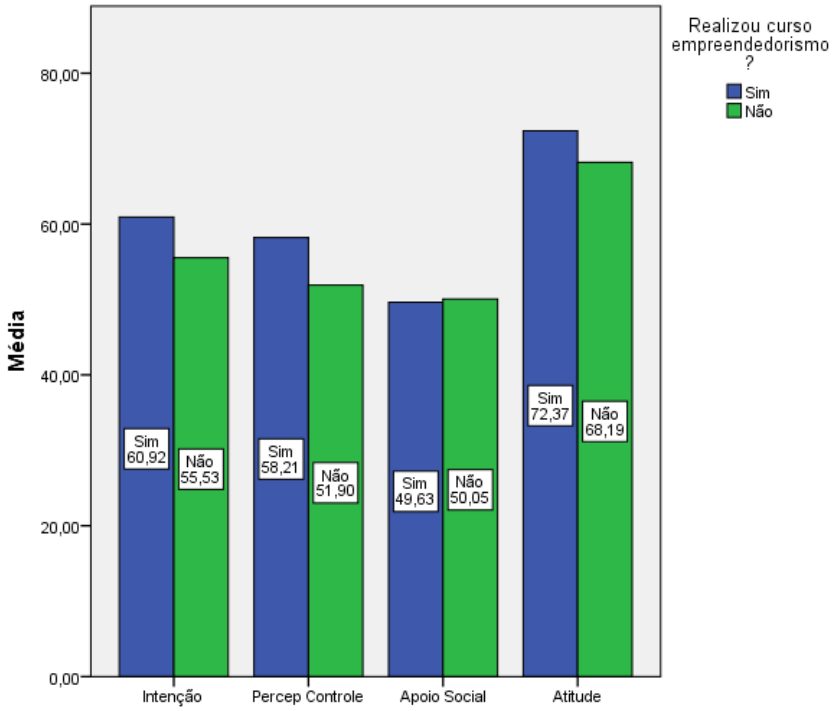
Figura 55: Intenção Empreendedora vs Período



Isto indica que, em geral, os alunos não contam com uma atitude mais positiva, maior intenção empreendedora ou mesmo uma melhor percepção sobre a sua capacidade de empreender conforme o aluno passa mais tempo na universidade ou está mais próximo do término de seu curso, estes resultados carecem de mais investigação empírica, mas sugerem que não existe melhoria durante o curso de variáveis relacionadas a intenção empreendedora, mesmo após uma formação que deveria aumentar ou ao menos preparar melhor os estudantes, ainda mais em um curso de Administração de Empresas.

A realização de curso ou disciplina sobre empreendedorismo afetou significantemente os escores de intenção empreendedora (F=9,761 - p=0,002), atitude em relação ao empreendedorismo (F=8,294 p=0,004) e de forma mais acentuada no constructo percepção de controle sobre a capacidade de empreender (F=23,705 – p < 0,001). O apoio social, conforme esperado não foi afetado pela realização de cursos sobre empreendedorismo (p=0,666). A comparação entre os indivíduos que realizaram algum curso sobre empreendedorismo e os que não realizaram pode ser consultada na Figura 56:

Figura 56: Média Intenção Empreendedora vs Realização Curso Empreendedorismo



As expectativas em relação a uma carreira após o termino da graduação também exibiram diferenças significativas em relação à intenção de ser empreendedor (F=187,756; p<0,001), à percepção de controle sobre o processo empreendedor (F=66,283; p<0,001), à atitude em relação ao empreendedorismo (F=131,597; p<0,001) e também na dimensão de apoio social (F=13,333; p<0,001). As médias, juntamente com os intervalos de confiança, obtidos em 1000 *bootstraps* estão disponíveis na Tabela 38:

Tabela 38: Comparação entre Atitudes e Intenção Empreendedora por Objetivos profissionais

		Intervalo de Confiança da média 95% (LI - Limite Inferior, LS - Limite Superior)											
Expectativas Final do Curso		**Atitude Empreendedorismo**			**Percepção Controle**			**Apoio Social**			**Intenção Empreendedora**		
		Média	**LI**	**LS**	**Média**	**LI**	**LS**	**Média**	**LI**	**LS**	**Média**	**LI**	**LS**
Atuar como dono de negócio	Média	84,06	82,63	85,44	63,31	61,48	65,02	53,18	51,87	54,50	77,15	75,20	78,97
	N	**514**											
Atuar em empresa privada	Média	62,69	60,39	64,84	50,04	48,00	51,87	49,22	47,65	50,75	47,52	45,07	49,88
	N	**405**											
Funcionário público	Média	59,86	57,75	61,86	46,60	44,92	48,29	47,05	45,79	48,45	44,51	42,40	46,80
	N	**537**											

Embora a proporção entre os diferentes escolhas tenha sido semelhante (35,30% reportaram ter como expectativa ser dono de negócio próprio, 27,85 % trabalhar em empresa privada e 36,88%

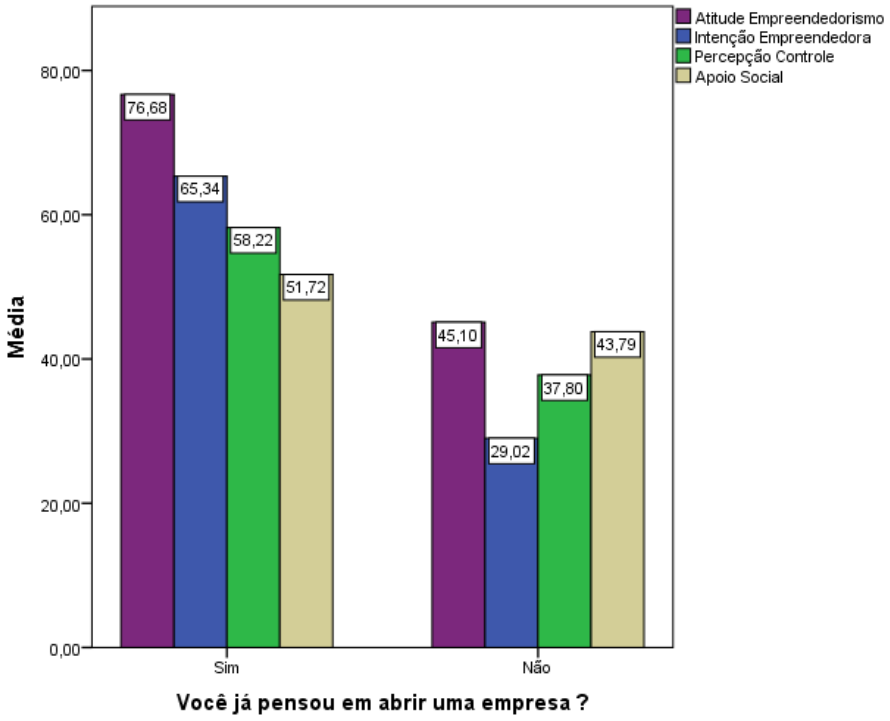
ser funcionário público), as diferenças em relação as dimensões de intenção empreendedora foram significativas.

Os alunos que tem como objetivo profissional ser dono de um negócio reportaram uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo do que o grupo que deseja atuar em empresa privada, apresentaram também maior escore na intenção empreendedora, e reportam ter um maior apoio social ao empreendedorismo. Os alunos que definiram ter como objetivo ser donos de negócio reportaram uma maior percepção de controle sobre o processo de empreender, ou seja, se sentem mais capazes e preparados para abrir uma empresa.

Os estudantes que reportam ter como objetivo ser funcionário públicos apresentaram menores médias na atitude em relação ao empreendedorismo, na auto percepção da sua capacidade de ter uma empresa, além de receberem menos suporte social para se tornarem empreendedores.

A questão "você já pensou em se tornar um empreendedor ou abrir uma empresa", também apresentou diferença significativa em todas as dimensões do Questionário de Intenção Empreendedora (Atitude - F=676,684; Intenção - F = 593,813, Apoio Social – F = 64,572, Percepção de Controle – F = 279,357, todos com DF=1459 e p<0,001). No total 1131 universitários responderam que sim, enquanto 329 responderam que não (n= 1460). A comparação entre as médias pode ser vista na Figura 57:

Figura 57: Comparação entre Intenções Empreendedoras entre Grupos

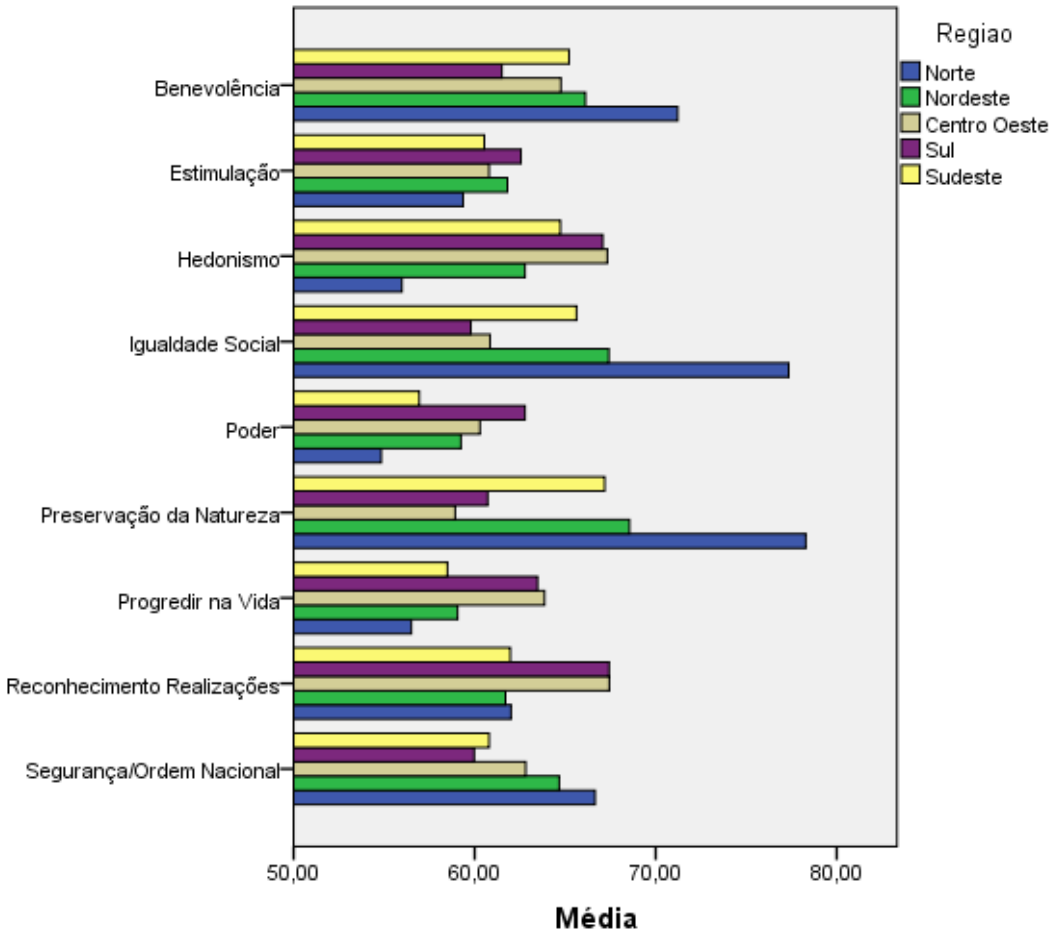


Os resultados indicam uma grande diferença em todas as dimensões de intenção empreendedora, indicando que os que afirmam já terem pensado seriamente em abrir uma empresa reportam uma atitude mais favorável ao empreendedorismo, uma maior intenção, uma maior percepção de serem capazes de abrir uma empresa, além de um maior apoio social percebido à atividade empreendedora ($p<0,001$).

Adicionalmente, estes resultados novamente corroboram a validade dos constructos de intenção empreendedora e atitude em relação ao empreendedorismo, já que os indivíduos que reportam não terem pensado seriamente em se tornar empreendedores apresentam escores mais baixos nestas dimensões, mesmo sendo medidos em itens diferentes do questionário utilizado.

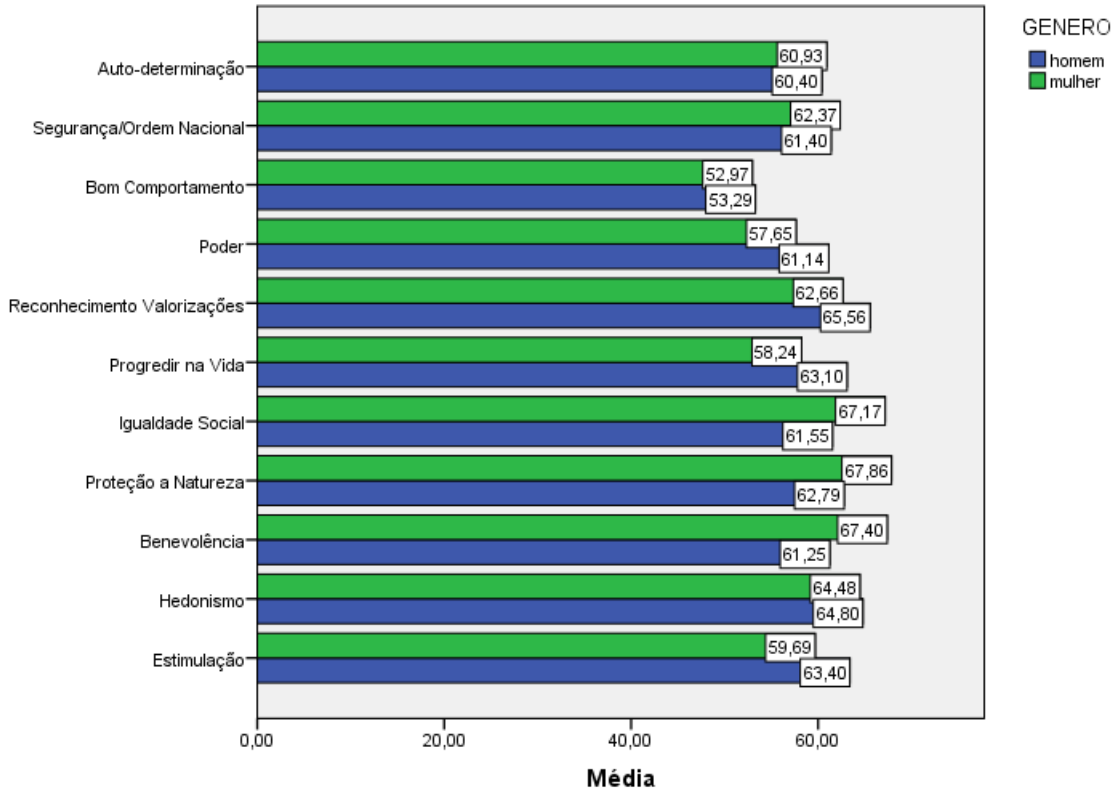
Em relação aos valores humanos, as regiões apresentaram diferenças significativas na maior parte dos valores. As dimensões de estimulação ($F=0,864$), bom comportamento($F=1,573$) e autodeterminação ($F=1,918$) não foram diferentes ao nível de significância de 0,05. A comparação entre os demais valores de acordo com a região está disponível na Figura 58:

Figura 58: Comparação de Valores x Região



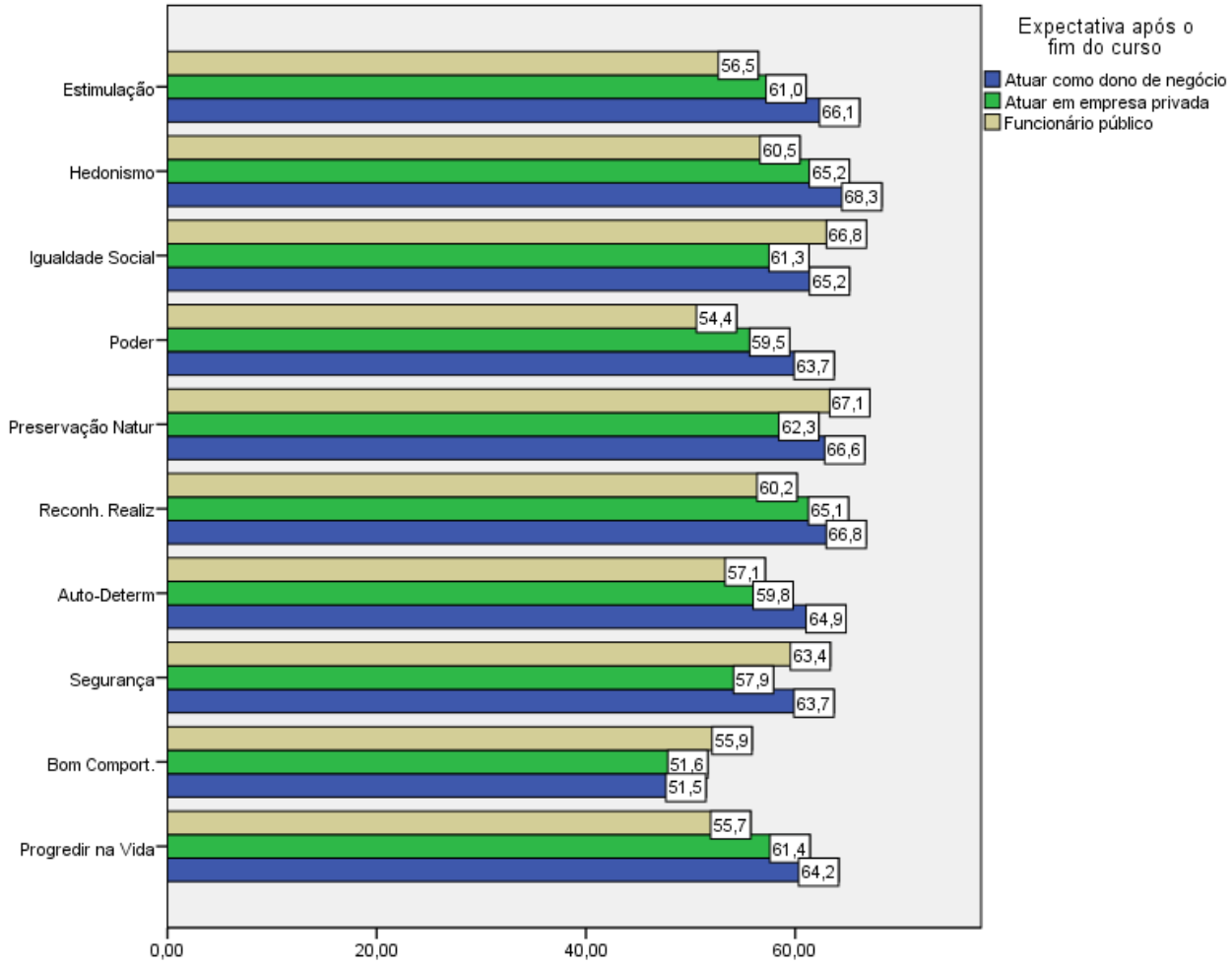
O teste entre gêneros revelou diferenças nos escores nas dimensões de valores humanos. Os homens apresentaram maiores escores nas dimensões de poder, reconhecimento de realizações, progredir na vida e estimulação ($p<0,001$), enquanto as mulheres tiveram maiores escores nas dimensões de igualdade social, proteção à natureza e benevolência ($p<0,001$). A Figura 59 contém a comparação para os valores humanos entre os gêneros:

Figura 59: Média de Valores Humanos x Gênero



Os indivíduos que tem como objetivo de carreira também apresentaram diferenças significativas em todos os valores, com exceção dos valores de benevolência ($p>0,05$). O gráfico com a comparação entre valores por opção de carreira após a graduação pode ser consultado na Figura 60:

Figura 60: Expectativa Após fim do Curso vs Valores



A comparação entre os valores indicou que os estudantes que tem como objetivo ser empreendedores apresentam diferenças significativas, em especial quando comparados com o grupo que tem objetivo ser funcionário público. A estimulação, progredir na vida, e autodeterminação foram mais altos entre os alunos que desejam ser empreendedores.

Os alunos que indicaram ter como objetivo profissional se tornar funcionário público apresentaram menor escore nas dimensões de progredir na vida, estimulação e hedonismo, enquanto tem uma tendência maior a valorizar o bom comportamento, a segurança, a igualdade e a conformidade. Os que desejam atuar em empresa privada ficaram entre os dois grupos na maioria dos valores, indicando uma espécie de continuo, entre a expectativa de se tornar funcionários públicos até os valores mais relacionados aos que pretendem se tornar empreendedores.

Adicionalmente, a variável intenção empreendedora foi dividida entre os quartis para verificar a relação entre valores e intenção empreendedora. Um quartil representa 25 % dos dados,

consequentemente existem 4 quartis (0 a 25%, 25 % a 50%, 50 a 75% e 75% a 100%). O quartil superior (4) contém os maiores escores, enquanto o inferior possui os menores. A divisão tomou os seguintes valores: o primeiro quartil com 367 indivíduos (valores variando de 0 a 34,51), o segundo com 368 (34,52 a 58,05), terceiro quartil com 369 (58,06 a 80,71) e o ultimo quartil com 367 indivíduos (acima de 80,72). Comparou-se então as médias nas escalas de valores nos diferentes grupos. Os resultados baseados em 1000 bootstraps estão disponíveis na Tabela 39:

Tabela 39: Quartis de Intenção Empreendedora v.s. Valores Humanos

	Quartil 1	**Quartil 2**	**Quartil 3**	**Quartil 4**
Estimulação	53,93	59,98	62,34	69,28
Subconjunto 1	X			
Subconjunto 2		X	X	
Subconjunto 3				X
Hedonismo	61,26	64,33	64,94	68,11
Subconjunto 1	X	X		
Subconjunto 2		X	X	X
Benevolência	64,54	64,51	64,32	65,74
Proteção à Natureza	61,68	66,56	67,03	67,72
Subconjunto 1	X			
Igualdade Social	62,87	66,22	63,85	66,19
Progredir na vida	55,84	57,82	61,66	66,27
Subconjunto 1	X	X		
Subconjunto 2			X	
Subconjunto 3				X
Reconhecimento das Realizações	61,04	62,07	64,09	68,60
Subconjunto 1	X	X	X	
Subconjunto 2				X
Poder	53,26	57,27	61,51	64,93
Subconjunto 1	X			
Subconjunto 2		X		
Subconjunto 3			X	
Subconjunto 4				X
Bom Comportamento	55,06	52,82	54,40	50,10
Subconjunto 1		X		X
Subconjunto 2	X	X	X	
Segurança /Ordem Nacional	59,41	60,85	63,32	64,44
Subconjunto 1	X	X		
Subconjunto 2		X	X	X
Auto Determinação	54,12	59,70	61,96	67,42
Subconjunto 1	X			
Subconjunto 2		X	X	
Subconjunto 3				X

A interpretação dos subconjuntos é simples, porém útil. Vai além de indicar uma diferença significativa entre a média dos grupos, pois permite identificar quais grupos diferem entre si. Os subconjuntos são criados automaticamente através do procedimento *compare means* do SPSS, com a opção de análise *Post-Hoc*. Os indivíduos ou grupos dentro de um mesmo subconjunto possuem médias estatisticamente iguais, ao mesmo tempo que são diferente da média dos outros subconjuntos.

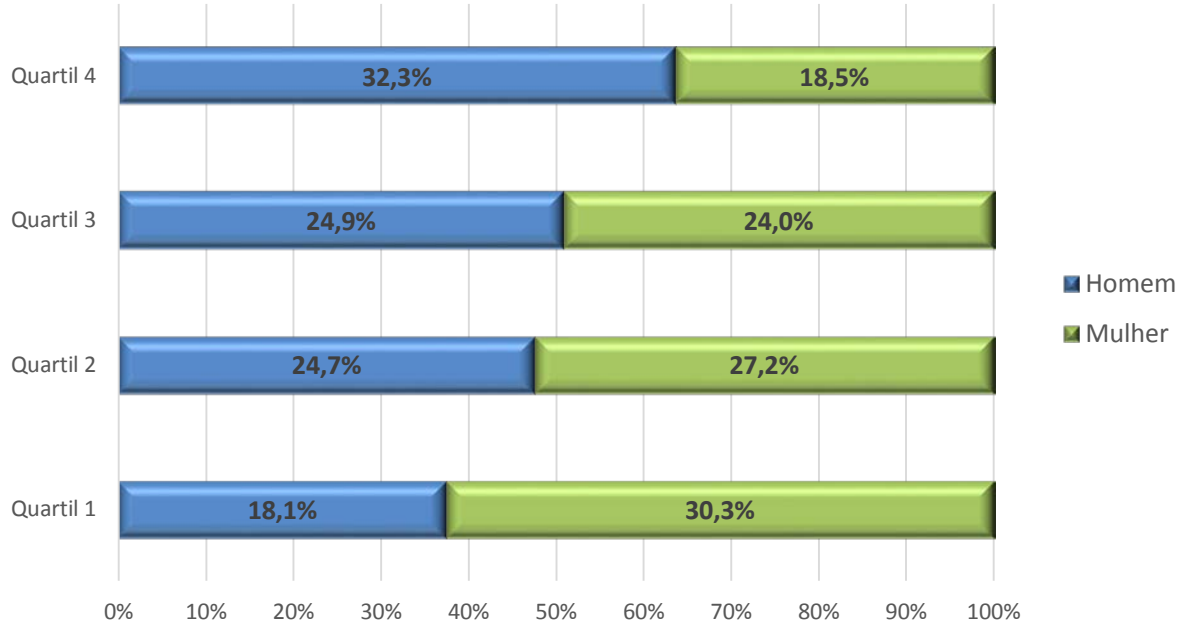
Por exemplo, no valor de estimulação foram criados 3 subconjuntos. O primeiro, é formado pelo grupo de alunos com o quartil inferior de intenção empreendedora. O segundo apresenta os dois quartis seguintes, formando um conjunto que é igual entre si, mas diferente dos quartis 1 e quartil 4. Já o subconjunto 3 é formado pelo grupo do quartil 4, indivíduos com maior intenção empreendedora.

Os alunos que apresentam maior intenção empreendedora (quartil 4), apresentaram escore significantemente maior, sendo um subconjunto a parte, nos valores de Estimulação (subconjunto 3), desejo de progredir na vida (subconjunto 3), busca de reconhecimento das realizações (subconjunto 2), poder (subconjunto 4) e autodeterminação (subconjunto 3).

É importante notar que os valores tenderam a apresentar um comportamento crescente nos quartis superiores, isto é o quartil 2 tende a ter maiores escores na escala de estimulação do que o quartil 1, enquanto o 3 tende a ser maior que os dois anteriores, mas ainda menor que o quartil superior de intenção empreendedora, indicando que o aumento destes valores pode estar associado a uma maior intenção empreendedora.

Foi realizada a comparação entre os gêneros em relação à concentração de homens ou mulheres, em determinados quartis. A lógica desta análise é testar se existem diferenças significativas entre homens e mulheres no que tange a sua participação nos quartis de IE já definidos. A comparação pode ser vista na Figura 61:

Figura 61: Comparação entre Gêneros e Quartil de Intenção Empreendedora



O gráfico traz duas informações importantes e complementares. Os números percentuais indicados dentro das barras indicam qual o percentual de cada grupo encontra-se em cada quartil, a figura indica que 18,1 % dos homens estão no quartil 1, enquanto 30,3% das mulheres estão no quartil 1 de IE. A posição das barras, indica a distribuição entre os gêneros em cada quartil. Ou seja, as mulheres representam quase 62 % dos pertentes ao quartil 1, enquanto os homens representam aproximadamente 38%.

Podemos verificar um padrão bem definido, indicando que os homens apresentam uma maior intenção empreendedora, representando aproximadamente 65% dos indivíduos com alta intenção empreendedora, 32,3 % dos homens estão neste quartil, enquanto somente 18,5% das mulheres foram incluídas neste grupo. Os quartis 2 e 3 apresentam composições equivalentes.

O quartil 1, representando o mais baixo nível de intenção empreendedora, foi dominado pelas mulheres representando mais de 60% dos participantes neste quartil, sendo que 30,3 % das mulheres apresentaram IE neste quartil. Em comparação apenas 18,1 % dos homens estiveram neste quartil, representando pouco menos de 40% do total do quartil 1. Estes resultados indicam que para a presente amostra, o gênero feminino apresentou sistematicamente menores escores na intenção empreendedora.

7.9 Análises de Correlação

A análise de correlação é uma das técnicas mais utilizadas para medir o associação entre variáveis, sendo uma medida do grau de relação linear entre duas variáveis, utilizando-se normalmente o símbolo "r". A forma de cálculo mais popular de correlação, conhecida como o coeficiente de correlação de Pearson r(p), varia de -1.00 até +1.00. O valor de correlação -1.00 representa uma correlação negativa perfeita, enquanto o valor +1.00 representa uma correlação positiva perfeita. O valor 0.00 representa a ausência total de correlação, ou relação entre as variáveis (MILES & SHEVLIN, 2001).

Assim, para estimar a significância das relações entre as variáveis, foi realizado um teste de hipóteses para as correlações de Pearson, para cada um dos pares de variáveis representando as dimensões no estudo: valores humanos, atitudes em relação ao empreendedorismo, os resultados. A primeira tabela de correlações foi realizada entre os valores humanos e está disponível na Tabela 40:

Tabela 40: Correlação entre Dimensões de Valores

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Estimulação (1)	**1**	,637**	,293**	,310**	,222**	,388**	,301**	,366**	-,128**	,158**	,472**
Hedonismo (2)		**1**	,332**	,141**	,153**	,412**	,358**	,351**	-,091**	,114**	,379**
Benevolência (3)			**1**	,584**	,813**	,132**	,132**	,115**	,158**	,331**	,280**
Proteção à Natureza(4)				**1**	,825**	,057*	,042	,065*	,189**	,452**	,245**
Igualdade Social (5)					**1**	,045	,048	,033	,218**	,457**	,227**
Progredir na vida (6)						**1**	,866**	,800**	,010	,186**	,564**
Reconhecimento das Realizações (7)							**1**	,704**	,143**	,180**	,385**
Poder (8)								**1**	,136**	,176**	,582**
Bom Comportam. (9)									**1**	,469**	-,204**
Segurança /Ordem Nacional (10)										**1**	,329**
Auto Determinação (11)											**1**

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

As dimensões de valores humanos apresentaram configuração compatível com a estrutura proposta por Schwartz (2001), ou seja valores adjacentes tiveram maior correlação do que valores distantes ou opostos. Por exemplo, a dimensão de estimulação apresentou altas correlações com hedonismo (0,637) e autodeterminação (0,472), enquanto as correlações com dimensões relacionadas à segurança e conformidade, como por exemplo bom comportamento (-0,128) e segurança/ordem social (0,158)) foi baixa.

Este padrão se repetiu para a grande maioria dos valores, indicando boa capacidade da escala em distinguir os diferentes valores humanos e também proximidade com resultados obtidos em outras pesquisas, utilizando diferentes amostras e culturas.

Foi realizada também uma análise de correlação entre as dimensões de intenção empreendedora (atitudes, apoio social, percepção de controle e intenção). Os intervalos de confiança das correlações, obtidos através do *bootstrap*, está disponível no Apêndice N. Os coeficientes de correlação são apresentados na Tabela 41:

Tabela 41: Correlação entre Variáveis do Questionário de Intenção Empreendedora

		Intenção Empreendedora	Percepção Controle Comportamento	Apoio Social	Atitude em Relação ao Empreendedorismo
Brasil	**Int. Empreendedora**	**1**	,656**	,255**	,863**
	Percepção Controle	,656*	**1**	,295**	,593**
	Apoio Social	,255**	,295**	**1**	,348**
	Atitude Empr.	,863**	,593**	,348**	**1**
Cabo Verde	**Int. Empreendedora**	1	,740**	,131	,724**
	Percepção Controle	,740**	1	0,275**	,694**
	Apoio Social	,131	,275**	1	,645
	Atitude Empr.	,724**	,694**	0,645**	**1**

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Procedeu-se então para realizar a análise de correlação entre as variáveis de valores humanos e de intenção empreendedora. Como a amostra cabo-verdiana não apresentou invariância configural, a comparação entre valores somente será efetuada dentro das cinco regiões brasileiras. O resultado do teste de correlação de valores humanos e o Questionário de Intenção Empreendedora está disponível na Tabela 42:

Tabela 42: Correlações entre Valores Humanos e Itens do QIE

	Atitude em Relação ao Empreendedorismo	Percepção Controle Comportamento	Apoio Social	Intenção Empreendedora
Estimulação	,282**	,267**	,154**	,293**
Hedonismo	,124**	,140**	,155**	,113**
Benevolência	,062*	,042	,155**	,030
Proteção à Natureza	,110**	,048	,106**	,099**
Igualdade Social	,068*	,026	,110**	,050
Progredir na vida	,211**	,218**	,153**	,210**
Reconhecimento das Realizações	,146**	,133**	,115**	,147**
Poder	,232**	,259**	,134**	,237**
Bom Comportamento	-,090**	-,079**	-,025	-,083**
Segurança /Ordem Nacional	,093**	,072**	,079**	,099**
Auto Determinação	,253**	,274**	,166**	,249**

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

O próximo passo teve como objetivo entender a associação entre as variáveis relacionadas à intenção e outras variáveis sócio demográficas medidas a nível ordinal. No entanto, quando uma das variáveis é mensurada a nível ordinal, os resultados apresentados pela correlação de Pearson podem não ser a melhor estimativa da verdadeira correlação entre as variáveis (HAIR et al, 2010).

Optou-se pelo uso do coeficiente de correlação de Spearman, que estima a intensidade da relação entre variáveis ordinais, utilizando a ordem das observações ao invés do valor observado, o que torna o método robusto a assimetrias na distribuição dos dados e presença de outliers.

Adicionalmente, o coeficiente de Spearman não requer que o relacionamento entre os dados seja linear, nem que ambas variáveis sejam mensuradas a nível intervalar, pode ser também utilizado para variáveis medidas a nível ordinal. O resultado da análise de correlação de Spearman para as variáveis sócio demográficas selecionadas está disponível na Tabela 43:

Tabela 43: Correlações de Spearman para Intenção Empreendedora e outras Variáveis

			Auto Avaliação Escala Empreendedor	Intenção empreendedora	Percepção Controle	Apoio Social	Atitude Empreend.
Brasil	Renda Familiar	S(p)	,168**	,079**	,112**	,116**	,079**
		N	1340	1355	1355	1355	1355
	Período curso (semestre)	S(p)	,012	-,067*	,073**	,053*	-,043
		N	1336	1351	1351	1351	1351
	Escala Empreendedor	S(p)	1,000	,452**	,470**	,221**	,432**
		N	1346	1346	1346	1346	1346
	Idade	S(p)	-,105**	-,031	,033	-,027	-,030
		N	1324	1339	1339	1339	1339
Cabo Verde	Renda Familiar em Escudos	S(p)	-,213	-,035	,005	,159	,060
		N	81	88	88	88	88
	Período curso (semestre)	S(p)	-,214*	-,024	,068	,188	,097
		N	93	101	101	101	101
	Escala Empreendedor	S(p)	1,000	,138	,249*	,117	,152
		N	93	93	93	93	93
	Idade	S(p)	-,200	-,056	,019	-,006	-,029
		N	87	94	94	94	94

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

As correlações de Spearman entre as variáveis relacionadas a intenção empreendedora e outras variáveis mostram algumas relações significativas. Na amostra cabo-verdiana algumas relações não foram significativas, embora tal fato possa ter ocorrido devido a amostra relativamente pequena. No entanto o período de curso esteve relacionado de forma negativa com a escala de auto percepção de empreendedor da mesma forma que o Brasil, indicando que o estudante não tende a se considerar mais empreendedor a medida que avança em direção ao término do curso.

Na amostra brasileira, A questão "em uma escala de 0 a 10 quanto você se considera empreendedor" esteve correlacionada à atitude, intenção e percepção de controle sobre o processo empreendedor, indicando que a questão é um bom item para mensurar a auto percepção empreendedora. A renda familiar também esteve positivamente associada a um maior apoio social, a uma maior intenção empreendedora e também a uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo ($p<0,001$).

O período do curso (semestre cursado) teve efeitos pequenos e mistos. A intenção empreendedora e a atitude parece diminuir levemente a medida que os alunos se aproximam da graduação. A percepção de controle, ou seja a crença que tem habilidades suficientes para abrir

um negócio e o apoio social ao empreendedorismo tendem a crescer levemente. Indicando que possivelmente os alunos podem receber maior apoio social e se sentirem mais capazes de abrir uma empresa, sem que isso represente uma melhoria na sua atitude em relação ao empreendedorismo e nem uma maior intenção empreendedora. Estes efeitos parecem continuar mesmo quando são verificados separadamente por universidade conforme Tabela 44:

Tabela 44: Correlação de Spearman Período vs Atitudes e Intenções Empreendedoras

Univers.	Variável		Intenção	Percepção Controle	Apoio Social	Atitude
A	Período	s(p)	,030	,076	-,177	-,063
		N	76	76	76	76
B	Período	s(p)	,096	,218*	,243**	,213*
		N	115	115	115	115
C	Período	s(p)	-,067	-,035	,125	,001
		N	94	94	94	94
D	Período	s(p)	-,032	,170*	,048	-,042
		N	178	178	178	178
E	Período	s(p)	-,120	,097	,105	-,121
		N	136	136	136	136
F	Período	s(p)	-,031	,061	,026	,044
		N	96	96	96	96
G	Período	s(p)	,101	,098	,037	,097
		N	253	253	253	253
H	Período	s(p)	-,207*	,006	,126	-,156
		N	94	94	94	94
I	Período	s(p)	-,158*	,006	-,011	-,128
		N	165	165	165	165
J	Período	s(p)	,218	,295	,199	,296
		N	30	30	30	30
L	Período	s(p)	,004	,085	,016	-,071
		N	133	133	133	133
K	Período	s(p)	-,024	,068	,188	,097
		N	101	101	101	101

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Conforme previsto nas hipóteses da pesquisa, os valores humanos estiveram associados a intenção empreendedora e a atitude pessoal, com destaque para as dimensões de estimulação, autodeterminação, hedonismo, poder e progredir na vida. É importante notar que a correlação deve ser considerada no conjunto de outros valores humanos, ou seja verificada a correlação parcial, controlando efeitos de outros valores simultaneamente. Este controle será realizado no capitulo de análise de regressão linear múltipla.

7.10 Análises de Regressão Linear

Foram executadas análises de regressão múltipla para as variáveis incluídas na pesquisa, utilizando-se o método *stepwise* de regressão para testar o poder explicativo das variáveis independentes, sendo utilizado o método de estimação dos mínimos quadrados. A análise de regressão é uma técnica utilizada para estudo das inter-relações lineares entre variáveis, consistindo em valores de uma variável dependente (variável resposta) e uma ou mais variáveis independentes (variáveis explicativas).

A variável dependente na equação de regressão é tida como sendo uma função das variáveis independentes, os parâmetros (constante ou intercepto) e um termo de erro. Este erro é tratado como uma variável aleatória que representa a variação não explicada na variável dependente. Os parâmetros da equação são estimados para que se consiga um melhor ajuste aos dados, normalmente através do método dos mínimos quadrados, embora outros critérios também possam ser utilizados (MILES & SHEVLIN, 2001).

O modelo de regressão é chamado de simples quando a relação causal envolve apenas duas variáveis, uma dependente e uma independente. Já a regressão múltipla envolve três ou mais variáveis, uma dependente e duas ou mais independentes.

O método *stepwise* é uma técnica de seleção dos melhores preditores, que determina um modelo de regressão através de uma lista de variáveis independentes, que são incluídas ou excluídas no modelo final dependendo da melhoria que o acréscimo desta variável trouxer ao poder explicativo do modelo. Assim, o modelo utiliza como primeiro preditor a variável independente mais correlacionada com a variável dependente.

Nas iterações seguintes outras variáveis são adicionadas ao modelo segundo critérios pré-definidos, normalmente utiliza-se a estatística F, chamada "F para entrar" para definir se a variável selecionada deve ser incluída no modelo. Continua-se este processo até que nenhuma outra variável independente aumente significativamente o poder preditor do modelo segundo os critérios adotados. (MILES & SHEVLIN, 2001).

Assim podem ser usados valores críticos de F ou de p-valor para controlar a entrada e a saída das variáveis preditoras no modelo. Nas análises de regressão especificadas foi utilizado o critério padrão do SPSS (p-valor de F para entrar = 0,05; p-valor de F para sair = 0,10).

Após definição do modelo de regressão, o próximo passo é a análise do ajuste e a significância estatística dos parâmetros estimados. As estatísticas mais utilizadas para tal fim são: o coeficiente de determinação simbolizado por R^2, e o coeficiente de determinação ajustado (R^2 Ajustado), que ajusta o modelo de acordo com a quantidade de parâmetros ou variáveis independentes, favorecendo um modelo mais parcimonioso, ou seja que explica uma quantidade razoável de variância, enquanto se mantem simples.

A significância estatística do modelo é normalmente testada através da estatística F, e significância dos parâmetros individuais são testados por testes t (MILES & SHEVLIN, 2001). Pode-se considerar que existe uma sequência de testes de hipóteses, de que os parâmetros usados são significativamente diferentes de zero, ou seja, são importantes para predição da variável dependente.

Foram realizados testes de multicolinearidade e normalidade de resíduos para as regressões efetuadas. Como algumas variáveis preditoras apresentaram uma correlação alta, verificou-se a presença de problema de multicolineariedade. Para detectá-la os pacotes estatísticos reportam três estatísticas que ajudam no diagnóstico: Tolerância e VIF (fator de inflação de variância) e *condition index*.

A tolerância é uma extensão do R^2, que indica a proporção da explicação da variância de uma variável independente por outras variáveis independentes utilizadas também como preditoras, calculada como (1 - R2). O valor varia de 0 quando uma variável independente pode ser predita completamente pelas outras até 1, quando não existe nenhuma correlação entre as variáveis. Um valor próximo a zero indica que as variáveis tem uma dependência linear, prejudicando o cálculo dos parâmetros da regressão.

Outra estatística utilizada, a VIF é definida como o inverso da tolerância e mede o aumento no erro padrão que é adicionado pela colinearidade. Quando a estatística VIF igual a quatro o erro dobra, sendo este o ponto de corte arbitrado comumente definido por vários autores (MILES & SLEVLIN, 2001). O *Condition Index* é o produto da raiz quadrada do maior auto valor dividido pelo menor autovalor. Normalmente utiliza-se como critério o valor máximo de 30, valores superiores indicariam problemas de multicolineariedade. Os resultados destas análises estão dispostos durante a apresentação dos modelos e os gráficos de resíduos e de normalidade dos mesmos encontram-se no Apêndice M.

A primeira regressão teve como objetivo explicar a intenção empreendedora, utilizando como variáveis independentes as dimensões de apoio social, atitude em relação ao empreendedorismo e percepção de controle. O processo foi realizado em duas etapas devido a uma limitação do software escolhido que somente realiza *bootstraps* quando as variáveis independentes determinadas a *priori*.

Portanto, na primeira etapa inseriu-se os preditores para que fossem inseridos conforme o procedimento *stepwise* do *SPSS*. Após a seleção dos preditores segundo os critérios do procedimento, foi realizada uma regressão com 1000 *bootstraps* para determinar intervalor de confiança para os parâmetros da regressão. Os resultados estão disponíveis na Tabela 45:

Tabela 45: Seleção de Modelo – VD - Intenção Empreendedora

Modelo	R	R^2	R^2 Ajustado	Estatísticas de Mudança (entre modelos)				
				Mudança no R^2	Mudança F	df1	df2	Sig. Mudança F
1	,856[a]	0,733	0,732	0,733	4022,848	1	1469	0
2	,872[b]	0,76	0,76	0,028	168,834	1	1468	0

Modelo 1- VI = Atitude, Modelo 2 – VI = Atitude, Percepção de Controle

A análise de correlação indicou que conforme postulado por Azjen e Fishbein (1971) a atitude foi o melhor preditor da intenção de se realizar um comportamento. Embora as dimensões de percepção de controle e apoio social também apresentaram coeficientes positivos, não tiveram o mesmo poder preditor das atitudes.

O modelo que incluiu somente a atitude como preditor conseguiu explicar 73,4% da variância da intenção empreendedora, ao adicionar a percepção de controle sobre o empreendedorismo, o R^2 aumentou apenas 2,8%, embora estatisticamente significativo. A adição da dimensão de apoio social não foi estatisticamente significativa. Portanto selecionou-se o modelo 2, para a verificação dos parâmetros através de um procedimento de *bootstrap* com 1000 observações.

Tabela 46: Parâmetros Regressão - Atitude, PCC -> Intenção Empreendedora

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Intervalo de Confiança para B - 95,0%		Estatística de Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta		Limite Inferior	Limite Superior	Toler.	VIF
(Constant)	-18,164	1,039		-15,558	-20,298	-16,252		
Percep Control	,273	,024	,206	12,994	,225	,319	,651	1,535
Atitude	,873	,020	,734	46,363	,835	,917	,651	1,535

a. Variável dependente - Intenção Empreendedora - Resultados baseados em 1.000 bootstraps

Em relação aos resíduos, estes se apresentaram normalmente distribuídos. O indicador VIF (VIF = 1,535) permaneceu abaixo do máximo aceitável para esta estatística, assim como o *condition index* máximo que foi de 7,889, indicando que a multicolinearidade não foi um problema nesta regressão.

Foi então estimada a regressão da variável atitude em relação ao empreendedorismo, com o objetivo de verificar o impacto do apoio social e da percepção sobre controle do comportamento. Conforme Liñán & Chen (2009) no caso do empreendedorismo as duas dimensões determinam a atitude em relação ao empreendedorismo.

Utilizou-se o procedimento *stepwise* para determinar a inclusão de preditores significativamente importantes. O modelo 2 que incluiu as duas dimensões (apoio social e percepção de controle) foi selecionado. Procedeu-se então para a estimação dos parâmetros de regressão utilizando um *bootstrap* com 1000 observações para uma maior confiabilidade dos parâmetros da regressão, conforme Tabela 47:

Tabela 47: Parâmetros Regressão - Percepção Controle, Apoio Social -> Atitude

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Intervalo de Confiança para B - 95,0%		Estatística de Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta		Limite Inferior	Limite Superior	Tolerância	VIF
(Constant)	20,607	1,866		11,203	17,035	24,416		
Percep Control	,615	,023	,550	26,563	,569	,664	,964	1,037
Apoio Social	,315	,027	,213	10,297	,260	,365	,964	1,037

a. Variável dependente – Atitude em Relação Empreendedorismo - Resultados baseados em 1.000 bootstraps

A regressão foi significativa, pois o $\mathbf{R^2}$ foi significantemente diferente de zero ($F=474,24$; $p < 0,001$), indicando que a atitude em relação ao empreendedorismo pode ser predita pelo apoio social e pela percepção de controle ou seja a crença que se tem capacidade para ser um empreendedor, incluindo ferramentas, procedimentos, crença de sucesso, aliados a percepção de apoio do seu meio social estão relacionados a uma maior intenção empreendedora.

A regressão foi capaz de explicar 39,2 % da variação na atitude em relação ao empreendedorismo, sendo que a percepção de controle foi um preditor mais importante da atitude em relação ao empreendedorismo. Os resíduos foram aproximadamente normais, não sendo detectados problemas de colinearidade entre as variáveis (VIF=1,037) e *Condition Index*=7,974.

Após a verificação do relacionamento entre as variáveis de intenção empreendedora, continuou-se a análise de regressão especificando as variáveis relacionadas ao empreendedorismo como dependentes e os valores humanos como variáveis independentes. Estas análises foram realizadas para testar o poder preditivo das dimensões de valores na intenção empreendedora e atitude em relação ao empreendedorismo.

A primeira análise de regressão teve como objetivo explicar a variação na atitude em relação ao empreendedorismo utilizando valores como preditores. Foram detectados quatro outliers (com resíduos maiores que 3), considerados casos influenciais também pelo critério de distância de Cook superior a 0,01, sendo removidos da análise e do banco de dados (casos 372,887, 893, 1104). O resultado da seleção de variáveis usando o procedimento de inclusão *stepwise* pode ser consultado na Tabela 48:

Tabela 48: Seleção de Modelo – Valores e Atitude em Relação ao Empreendedorismo

Modelo	R	R^2	R^2 Ajustado	Erro Padrão da Estimativa	Estatísticas de Mudança (entre modelos)				
					Mudança no R^2	Mudança F	df1	df2	Sig. Mudança F
1	,292[a]	,085	,085	23,15596	,085	127,056	1	1364	,000
2	,324[b]	,105	,104	22,91123	,020	30,296	1	1363	,000
3	,338[c]	,114	,112	22,80016	,009	14,312	1	1362	,000
4	,351[d]	,123	,121	22,69465	,009	13,694	1	1361	,000
5	,357[e]	,127	,124	22,65136	,004	6,207	1	1360	,013
6	,362[f]	,131	,127	22,60952	,004	6,038	1	1359	,014
7	,361[g]	,131	,127	22,60800	-,001	,816	1	1359	,366

1. Preditores: Estimulação
2. Preditores: Estimulação, Autodeterminação
3. Preditores: Estimulação, Autodeterminação, Hedonismo
4. Preditores: Estimulação, Autodeterminação, Hedonismo, Poder
5.Preditores: Estimulação, Autodeterminação, Hedonismo, Poder, Bom Comportamento
6.Preditores: Estimulação, Autodeterminação, Hedonismo, Poder, Bom Comportamento, Segurança/Ordem
7.Preditores: Estimulação, Hedonismo, Poder, Bom Comportamento, Segurança/Ordem

Considerando os critérios *stepwise* foi selecionado o modelo 7, tendo como variáveis preditoras: Estimulação Hedonismo, Poder, Bom Comportamento, Segurança/Ordem Social. Os parâmetros da regressão, juntamente com os intervalos de confiança estimados através de 1000 *bootstraps* estão disponíveis na Tabela 49:

Tabela 49: Parâmetros Regressão - Valores Humanos -> Atitudes

Modelo	Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Intervalo de Confiança para B - 95,0%		Estatística de Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta		Limite Inferior	Limite Superior	Tolerância	VIF
(Constant)	46,987	3,210		15,276	40,892	53,503		
Estimulação	,350	,045	,283	8,245	,264	,442	,542	1,845
Hedonismo	-,158	,035	-,145	-4,342	-,227	-,089	,572	1,747
Poder	,228	,036	,186	6,615	,151	,299	,808	1,237
Bom Comportamento	-,179	,038	-,138	-4,623	-,250	-,106	,718	1,393
Segurança/Ordem Social	,116	,035	,099	3,359	,050	,184	,729	1,372

a. Variável dependente – Atitude em Relação Empreendedorismo - Resultados baseados em 1.000 bootstraps

A maior estatística VIF foi de 1,845 e o *condition index* foi de 13,704, indicando ausência de problema de multicolineariedade, os resíduos também estiveram aproximadamente normalmente distribuídos.

O modelo conseguiu explicar 13,1 % da variação da atitude em relação ao empreendedorismo. Os preditores mais importantes, segundo valor da estatística **t**, foram os valores de Estimulação, Poder, Hedonismo, Bom Comportamento, Segurança/Ordem Social (nesta ordem). Outra informação importante é fornecida pelo coeficiente dos parâmetros, as dimensões de Bom Comportamento e Hedonismo apresentaram coeficientes negativos, indicando que quanto maior o escore nestas dimensões, menor tende o escore na escala de atitude em relação ao empreendedorismo.

Verificou-se também o impacto dos valores na atitude em relação ao empreendedorismo nas diferentes regiões do presente estudo. Procurou-se nesta análise verificar se os mesmos valores influenciavam a atitude em empreendedorismo de forma semelhante, independentemente da região. Os resultados estão disponíveis na Tabela 50:

Tabela 50: Regressão - Valores Humanos -> Atitude - Modelo por Regiões

	Modelo	R	R^2	R^2 Ajustado	Erro Padrão da Estimativa	Estatísticas de Mudança (entre modelos)				
						Mudança no R^2	Mudança F	df1	df2	Sig. Mudança F
Norte	1	,240[a]	,058	,048	24,42783	,058	5,643	1	92	,020
Nordeste	1	,318[c]	,101	,098	20,68057	,101	30,726	1	274	,000
	2	,376[d]	,141	,135	20,24583	,041	12,894	1	273	,000
	3	,393[e]	,154	,145	20,12800	,013	4,206	1	272	,041
Centro-Oeste	1	,371[a]	,138	,131	23,18745	,138	20,727	1	130	,000
	2	,416[f]	,173	,160	22,79703	,035	5,491	1	129	,021
	3	,462[g]	,213	,195	22,31501	,041	6,633	1	128	,011
	4	,490[h]	,240	,216	22,01714	,027	4,487	1	127	,036
Sul	1	,331[a]	,109	,107	22,54986	,109	44,534	1	363	,000
	2	,347[i]	,121	,116	22,43659	,011	4,675	1	362	,031
Sudeste	1	,279[j]	,078	,076	23,74737	,078	41,802	1	497	,000
	2	,307[k]	,095	,091	23,55205	,017	9,278	1	496	,002
	3	,329[l]	,108	,103	23,39980	,013	7,475	1	495	,006

a. **Modelo Norte**: (Constant), Estimulação

e. **Modelo Nordeste**: (Constant), Poder, Estimulação, Hedonismo

h. **Modelo Centro-Oeste**: (Constant), Estimulação, Progredir na Vida, Hedonismo, Bom Comportamento

i. **Modelo Sul**: (Constant), Estimulação, Autodeterminação

l. **Modelo Sudeste**: (Constant), Autodeterminação, Estimulação, Poder

Foi selecionado o melhor modelo para cada região (através do critério *stepwise*), e executado o procedimento de regressão múltipla para estimar os parâmetros incluindo intervalos de confiança para cada uma das regiões. Foram encontrados cinco outliers (casos 503, 711, 718, 721 e 725, todos com resíduo padronizado > 3) na região Sul, sendo retirados da amostra, com a exclusão destes outliers o ajuste do modelo melhorou em 3,3%. Os resultados para todas as regiões foram baseados em 1.000 *bootstraps* e estão disponíveis na Tabela 51:

Tabela 51: Regressão - Valores Humanos -> Atitude – Modelos por Região

Modelo		Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Intervalo de Confiança para B – 95,0%		Estatística de Colinearidade	
		B	Erro Padrão	Beta		Limite Inferior	Limite Superior	Tolerância	VIF
(Constant)		42,739	8,137		6,623	36,946	73,585	-	-
Norte	Estimulação	,310	,136	,240	2,375	,018	,562	1,000	1
Nordeste	**(Constant)**	43,902	5,500		9,256	31,983	54,426		
	Estimulação	,320	,080	,299	4,140	,157	,475	,594	1,683
	Hedonismo	-,140	,068	-,148	-2,051	-,271	-,002	,600	1,667
	Poder	,296	,084	,261	4,294	,133	,463	,843	1,187
Centro-Oeste	**(Constant)**	41,707	10,678		4,050	20,584	61,909		
	Estimulação	,520	,144	,419	4,063	,270	,817	,562	1,780
	Hedonismo	-,300	,121	-,258	-2,593	-,534	-,052	,602	1,662
	Progredir	,304	,125	,231	2,736	,064	,573	,843	1,187
	Bom Comportam.	-,216	,099	-,166	-2,118	-,410	-,011	,977	1,023
Sul	**(Constant)**	41,364	4,250		9,987	32,516	49,832		
	Estimulação	,374	,073	,312	5,646	,227	,518	,775	1,291
	Auto Determinação	,145	,065	,133	2,400	,028	,275	,775	1,291
Sudeste	**(Constant)**	37,563	4,398		9,387	28,697	46,411		
	Estimulação	,171	,069	,135	2,775	,034	,301	,760	1,316
	Poder	,173	,071	,143	2,734	,031	,307	,657	1,521
	Auto determinação	,158	,070	,130	2,333	,015	,293	,576	1,737

a. Variável dependente – Atitude em Relação Empreendedorismo - Resultados baseados em 1.000 bootstraps

Os resultados trouxeram dois achados importantes. Primeiro que embora o coeficiente de determinação tenha oscilado, a qualidade da predição foi semelhante em todas as regiões (exceto região Norte) e também que os valores que melhor predizem a atitude em relação ao empreendedorismo também se mantem relativamente constantes. Destaque para o valor de Estimulação que esteve presente em todos os grupos. Como os grupos tem tamanhos diferentes, esta variação pode ser devido a características especificas resultantes da amostragem.

Finalmente, foi especificado a regressão sobre atitude em relação ao empreendedorismo, utilizando os valores humanos, comparados por gênero. Esta análise teve como objetivo verificar se os valores mais relacionados com o empreendedorismo são os mesmos para homens e mulheres na amostra.

Tabela 52: Regressão - Valores Humanos -> Atitude – Modelos por Gênero

Gênero	Modelo	R	R^2	R^2 Ajustado	Erro Padrão da Estimativa	Estatísticas de Mudança (entre modelos)				
						Mudança no R^2	Mudança F	df1	df2	Sig. Mudança F
Homem	1	,320[a]	,102	,101	22,24476	,102	66,475	1	583	,000
	2	,353[b]	,124	,121	21,99030	,022	14,570	1	582	,000
	3	,362[c]	,131	,126	21,92615	,007	4,410	1	581	,036
Mulher	1	,304[e]	,093	,091	23,21714	,093	79,412	1	779	,000
	2	,329[f]	,108	,106	23,03232	,016	13,552	1	778	,000
	3	,343[g]	,118	,114	22,91944	,010	8,683	1	777	,003

Foi selecionado o melhor modelo para cada gênero, e executado o procedimento de regressão para estimar os parâmetros incluindo intervalos de confiança para cada gênero, utilizando uma amostra de 1000 *bootstraps*. O resultado está disponível na Tabela 53:

Tabela 53: Parâmetros Regressão - Valores Humanos -> Atitude – Modelos por Gênero

Modelo		Coeficientes Não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Intevalo de Confiança para B - 95,0%		Estatística de Colinearidade	
		B	Erro Padrão	Beta		Limite Inferior	Limite Superior	Tolerância	VIF
(Constant)		42,739	4,112		11,270	34,334	50,604	-	-
Homem	Estimulação	,393	,065	,327	6,432	,261	,513	,580	1,724
	Poder	,218	,061	,175	4,159	,104	,346	,845	1,183
	Hedonismo	-,120	,058	-,107	-2,100	-,235	-,004	,575	1,739
(Constant)		41,188	3,257		13,370	34,946	47,749	-	-
Mulher	Estimulação	,279	,064	,223	4,723	,148	,403	,508	1,968
	Hedonismo	-,138	,050	-,131	-2,947	-,236	-,039	,576	1,736
	Auto determinação	,288	,047	,244	6,318	,195	,377	,764	1,310

a. Variável dependente – Atitude em Relação Empreendedorismo - Resultados baseados em 1.000 bootstraps

Os modelos tiveram duas diferenças importantes, pois para os homens as dimensões de poder e de estimulação foram os maiores preditores da atitude em relação ao empreendedorismo, enquanto o hedonismo apresentou coeficiente negativo, indicando que maiores níveis de hedonismo estão associados a uma atitude menos positiva em relação ao empreendedorismo.

Já para as mulheres, a dimensão poder indicou não ter influência significativa, pois esta influência foi substituída pelo valor de autodeterminação que esteve associado a uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo. Os valores de estimulação e hedonismo tiveram relacionamento semelhante entre os dois grupos.

7.11 Modelagem de Equações Estruturais (SEM)

Antes que fosse realizada a modelagem de equações estruturais (*Structural Equation Modeling* - SEM), foram realizadas as análises de unidimensionalidade, análise de confiabilidade, e teste de invariância métrica e configural das escalas utilizadas no estudo, para estabelecer a validade e adequação dos dados para o uso na SEM. A primeira análise foi executada através de uma análise fatorial exploratória e confirmatória, a segunda através da verificação da estatística alfa de Cronbach, e a terceira através do procedimento da análise de entre ajustes dos grupos através de CFA, quando submetidos a uma série de restrições. Procedeu-se então a análise dos dados, mediante técnica de modelagem de equações estruturais (SEM).

Byrne (2009) indica que vários aspectos diferenciam a SEM de procedimentos mais antigos de análise multivariada. Uma das principais diferenças é a abordagem confirmatória ao invés de exploratória. A abordagem mais exploratória embora seja comum em outros procedimentos multivariados torna difícil estabelecer testes de hipótese. A SEM como exige que se estabeleça o relacionamento entre variáveis *a priori*, torna-se particularmente útil para inferências e também testes de hipóteses.

Outra vantagem apontada por Byrne(2009) é a capacidade de estimar e corrigir o erro de mensuração, pois a SEM permite a estimação explicita dos parâmetros de erro, enquanto outros métodos assumem que não existe erro nas variáveis independentes, o que pode causar imprecisão nos resultados, especialmente quando o erro está presente nas variáveis independentes. Também é possível estabelecer relações entre variáveis observadas e não observadas (latentes).

Finalmente segundo Byrne (2009) não existem outros métodos alternativos disponíveis e facilmente aplicáveis para modelar relações multi-variáveis ou para estimar efeitos indiretos. Assim, por possuir estas características, a SEM se tornou uma metodologia popular para desenho não experimental de pesquisa, em casos onde os métodos de teste de teoria não estão bem desenvolvidos, ou a utilização de desenhos experimentais não é possível (BENTLER, 1980).

A Modelagem de Equações Estruturais têm sido efetivamente utilizada para solucionar vários problemas de pesquisa com desenho não experimental, pois permite superar várias limitações das regressões múltiplas, por exemplo, a análise dos dados pode ser realizada mesmo com a presença de multi-colinearidade entre os preditores, a técnica SEM permite descrever de forma

gráfica um modelo, especificar erro e reduzi-lo ao utilizar múltiplos indicadores para um constructo, além de testar coeficientes dos modelos entre diferentes grupos (BYRNE, 2009).

No entanto, Jaccard e Wan (1996) indicam que em alguns casos a regressão pode ser mais indicada que a modelagem SEM, principalmente nos casos onde existam desvios grandes em relação à premissa de multinormalidade dos indicadores ou quando se possui uma amostra relativamente pequena, normalmente menor que 100 observações. Os autores também sugerem que o uso de regressões deva ser considerado quando o erro de mensuração é desprezível, pois as medidas utilizadas tem uma grande confiabilidade.

Byrne (2009) define SEM como uma metodologia estatística que parte de uma abordagem confirmatória para testar uma teoria sobre um fenômeno qualquer, normalmente representando processos causais, ou seja um constructo tem uma relação de causalidade com outro. Ainda o termo Modelagem de Equações Estruturais segundo a autora, salientaria dois aspectos importantes: a natureza causal dos processos que seriam representadas por uma série de regressões, ou equações estruturais, e que estes relacionamentos podem ser mostrados de forma gráfica para um melhor entendimento das relações estudadas.

O método SEM tipicamente testa um modelo com um sistema de equações lineares, investigando até que ponto a matriz de covariância implícita se ajusta a matriz de covariância observada nos dados. Os parâmetros especificados no modelo produzem uma matriz de covariância Σ (implícita), que tem como objetivo ser o mais próximo da matriz de covariância calculada, chamada de S.

Assim, os parâmetros do modelo proposto são estimados através da minimização da discrepância entre a covariância da matriz de dados e a matriz de implícita pelo modelo. Se os elementos da matriz $S - \Sigma$ é igual a zero, temos um ajuste perfeito, com uma estatística qui-quadrado igual a zero, da mesma forma se a diferença entre as duas matrizes é pequena pode-se concluir que o modelo proposto é consistente com os dados obtidos.

A técnica SEM é importante na análise de dados inferenciais e teste de hipótese onde o padrão entre os relacionamentos é especificado à *priori* e baseado em teoria previa. Apresenta como vantagens a flexibilidade para modelar o relacionamento entre múltiplas variáveis independentes e dependentes e testar este relacionamento utilizando dados empíricos. Uma das

vantagens do método está em possibilitar a mensuração de múltiplas variáveis e seus inter-relacionamentos de forma simultânea, sendo mais versátil que outras técnicas multivariadas.

A técnica SEM é descrita como uma combinação de análise fatorial confirmatória e regressão múltipla (SCHREIBER et al, 2006), sendo uma técnica confirmatória que possui dois componentes: um modelo de mensuração e um modelo estrutural. Para Kaplan(2000) é uma junção de análise fatorial e *path analysis* em uma metodologia estatística completa.

Schreiber e colaboradores (2006) indicam que SEM amplia as possibilidades da análise fatorial confirmatória ao permitir a possibilidade de relacionamentos entre as variáveis latentes. A SEM possui dois componentes o modelo de mensuração e o modelo estrutural. O modelo de mensuração seria basicamente o presente em uma análise fatorial confirmatória, especificando relações entre variáveis observadas (itens de um questionários por exemplo) e não observadas (variáveis latentes).

O modelo estrutural por sua vez especifica as inter-relações entre os constructos e as variáveis observadas em uma sucessão de equações estruturais, similar a executar de forma simultânea uma serie de regressões, especificando de que maneira variáveis latentes ou observadas diretamente ou indiretamente provocam mudanças nos valores de outros variáveis dependentes no modelo. Assim, conceitos temos variáveis *exógenas* (equivalente a variáveis independentes) e variáveis *endógenas* (equivalente a dependentes), quando se especifica um modelo estrutural.

Nas ciências comportamentais, muitas das vezes é necessário estudar constructos teóricos complexos que não são observados diretamente, conhecidos como variáveis latentes ou fatores. Existem inúmeros exemplos destes constructos não observáveis: autoconceito, comprometimento, atitudes, motivação, habilidade verbal, inteligência, estresse, classe social entre inúmeras outras variáveis latentes. Como estas variáveis não podem ser medidas diretamente, devem ser operacionalizadas em termos de comportamentos ou crenças que estejam teoricamente ligadas, e que em conjunto representem o constructo estudado, tornando possível sua mensuração (BYRNE,2009).

Embora os dois tipos de variáveis possam ser observadas ou não observadas (latentes), no contexto da modelagem SEM, as variáveis exógenas são constructos estudados que não são influenciados por outros constructos dentro do modelo, enquanto as variáveis endógenas são influenciadas por outros constructos exógenos ou endógenos.

Ao combinar o modelo de mensuração (AFC) e estrutural (*path analysis)*, a técnica SEM permite ter o melhor das duas técnicas, modelando o erro e permitindo a analise simultânea entre uma série de equações, sendo superior à *path analysis*, pois embora a última possa decompor os relacionamentos entre variáveis e testar modelos pela verificação da significância estatística dos parâmetros, a técnica de *path analysis* tem como premissas: a mensuração de variáveis sem erro, a ausência de correlação entre os resíduos e a unidirecionalidade do modelo. Embora estas condições sejam desejáveis, são muito dificilmente presente na grande maioria das pesquisas ou dados (SCHREIBER et al,2006).

Um modelo com os dois componentes (estruturais e mensuração) é chamado também de Modelo de Variável Latente Completo, pois especifica a estrutura de regressão entre as variáveis latentes, enquanto as variáveis latentes são especificadas por uma série de variáveis observadas diretamente, ou indiretamente no caso de constructos de segunda ordem. Este modelo completo quando especifica a direção de causalidade é chamado de recursivo, enquanto um modelo que permite relações mais complexas de causalidade, ou feedback é chamado de não recursivo (BYRNE,2009).

Modelos estatísticos são uma maneira conveniente e também eficiente de descrever a relação entre as variáveis latentes, que são representadas por um conjunto de variáveis observadas. Estes modelos indicam como as variáveis observadas e latentes estão inter-relacionadas, podendo ser expressadas na forma de diagramas, ou de uma forma matemática, por um conjunto de equações. Normalmente um modelo é formado baseado no conhecimento prévio de teoria relacionada ao fenômeno, de pesquisas empíricas, ou os dois em conjunto.

Kline (2010) defendo o uso de uma modelagem em dois passos: teste do modelo de mensuração e posteriormente teste do modelo completo. A validação do modelo de mensuração é realizada previamente, utilizando principalmente a análise fatorial confirmatória das variáveis latentes, que são compostas de indicadores, também conhecidos como variáveis observadas, manifestas ou de referência, que são normalmente itens em um questionário, idealmente quatro ou mais variáveis por constructo latente. Outros testes também são comumente utilizados: alfa de cronbach, teste de confiabilidade do constructo e variância extraída.

Se este modelo de mensuração for considerado adequado, procede-se ao ajuste do modelo estrutural, que é realizado com uma espécie de *path analysis,* mas utilizando também variáveis latentes. Após a definição do modelo, procede-se a uma análise simultânea de todo o sistema

de variáveis para determinar o grau em que o modelo é consistente com os dados, e se o índice de ajuste for adequado, considera-se o modelo plausível, incluindo as relações propostas entre as variáveis, se o modelo não se ajustar aos dados, rejeita-se a hipótese de que as relações sejam significativas e o modelo plausível (BRYNE,2009).

No entanto, não existem somente abordagens puramente confirmatórias para testes de modelos SEM. Kline(2010) aponta três tipos principais: estritamente confirmatória, modelos alternativos e geração de modelos. Em uma abordagem estritamente confirmatória, um único modelo é gerado considerando a teoria, e testa-se o ajuste do modelo aos dados coletados. Esta abordagem permite somente dois resultados: ou se aceita o modelo, ou se rejeita, sem a possibilidade de qualquer modificação.

A abordagem de modelos alternativos, utiliza uma série de modelos concorrentes, em um processo que seleciona o modelo que tem melhor ajustes como sendo o mais apropriado para representar o fenômeno. Kline (2010) recomenda que artigos que utilizem SEM demonstrem um melhor ajuste dos modelos selecionados em relação a outros modelos também plausíveis, porém alternativos. Spirtes e colaboradores (1998) defendem que deve se apresentar todas as alternativas mais simples para explicar o fenômeno, usando teoria previa, ao invés de simplesmente selecionar um modelo.

Finalmente, a abordagem de geração de modelos ocorre após a rejeição de um modelo inicial, dando origem a uma serie de modelos, através da modificação e estimação dos modelos, identificando as fontes de desajuste aos dados e reespecificando o modelo, baseado nos dados ou em teorias alternativas, até que se consiga um ajuste aceitável (BYRNE,2009).

Normalmente a falta de ajuste é identificada através da melhoria do qui-quadrado do modelo, quando se eliminam relações que não se ajustam aos dados. A falta de ajuste de um parâmetro é verificada através dos índices de modificação (*modification indexes*), que representa a diminuição da discrepância no modelo se o parâmetro fosse estimado livremente. Embora a re-especificação de modelos seja frequentemente realizada através simplesmente da remoção dos parâmetros que apresentam um maior MI (índice de modificação), a exclusão de um relacionamento deve ser realizada com embasamento teórico e não somente para se conseguir um ajuste melhor do modelo (BRYNE,2009). Silvia e MacCallum (1988) indicam que o uso de técnicas baseadas somente na minimização do MI, tende a produzir modelos que embora tenham ajuste adequado, não possuem sentido teórico e também não podem ser replicados.

O ajuste de modelos tanto em AFC, como em SEM pode ser avaliado por uma série de índices de ajuste, ou *fit indexes*. Não existe um único indicador universalmente aceito, pois a maioria dos especialistas recomenda a avaliação de um mais de um destes indicadores, devido a características e limitações de cada um dos indicadores (HOE, 2008). Como os indicadores são arbitrários, existem várias sugestões sobre os valores e os pontos de corte utilizados.

Schreber e colaboradores (2006) citam como mais comuns o *Normed Fit Index* (NFI), *Non-Normed Fit Index* (NNFI ou TLI), *Incremental Fit Index* (IFI), *Comparative Fit Index* (CFI), e o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Também é muito utilizado o Qui-Quadrado para verificar o ajuste dos modelos. Os autores também indicam que os indicadores tendem a convergir quando existe um bom ajuste, e citam a sugestão de Hu e Bentler (1999) para definir os valores aceitáveis dos indicadores RMSEA, menor que .06, TLI e CFI superiores a .95, e o Root *Mean Square Residual* (SRMR) menor que .08.

O CFI é um índice criado para realizar comparação de ajuste entre modelos foi desenvolvido por Bentler (1990) com o objetivo de não ser influenciável por efeitos do tamanho da amostra. Este índice compara o modelo existente com um modelo nulo assumindo que as variáveis latentes no modelo não são relacionadas. Em termos práticos, o teste realiza uma comparação entre as matrizes de covariância estimadas pelo modelo e a matriz de covariância observada. A mesma comparação é realizada com um modelo contendo uma matriz de covariância formada por zeros (no caso de estimação ML), ou modelo nulo, e calcula a mudança ou melhoria ao utilizar o modelo testado ao invés do modelo nulo.

O *Normed Fit Index* (NFI) foi desenvolvido como uma alternativa ao CFI, com a vantagem de se basear em pressupostos da distribuição qui-quadrado, variando entre 0 a 1. O valor reflete a proporção de melhoria do ajuste em relação ao modelo nulo. Um valor de 1, indica um ajuste perfeito. Como convenção considera-se valores superiores a 0,90 como aceitáveis (KLINE, 2010). Segundo Hoe (2008) o NNFI (*Non-Normed Fit Index*) ou TLI (*Tucker-Lewis Index*) compara o ajuste de do modelo com um modelo nulo da mesma forma que o NFI, no entanto considera também a parcimônia do modelo, comparando os graus de liberdades dos dois modelos, sendo assim robusto em relação a variação do tamanho da amostra, e penalizando modelos mais complexos.

Já o RMSEA, é um dos índices mais reportados e úteis, mede a discrepância entre as matrizes de covariância observadas e a estimada, em relação ao grau de liberdade. Como este indicador

mede a discrepância em relação a população e não a amostra, este indicador não é influenciado de forma significativa pelo tamanho da amostra, além de penalizar uma maior complexidade do modelo testado. Outro índice normalmente reportado e relacionado diretamente com o RMSEA é o PCLOSE, que representa o teste de hipóteses que o RMSEA é menor que 0,05.

A estatística do Qui-Quadrado ($\chi 2$) é o método mais comum de avaliar o ajuste dos dados. Um valor baixo indica falta de significância, o que no caso de modelos SEM indica um bom ajuste aos dados, pois o teste é usado para testar diferença entre as matrizes preditas e observada, o resultado não significativo indica que não há diferença entre as duas matrizes comparadas.

No entanto, o teste do Qui-Quadrado é altamente sensível ao tamanho da amostra, principalmente quando o número ultrapassa 200 observações (BYRE,2009). Por isso, normalmente o valor é ajustado dividindo-se pelo grau de liberdade, e valores entre 3 e 5 são considerados aceitáveis, dependendo dos autores (HOE,2008). Um resumo dos principais índices de ajuste, e os valores recomendados está disponível no Quadro 25:

Quadro 25: Principais Índices de Ajuste para SEM/CFA

Índices	Legenda ou Sigla	Valores ou regras normalmente utilizadas
Ajuste absoluto ou preditivo (Absolute/predictive fit)		
Qui-Quadrado	χ^2	Razao entre χ^2 e gl (graus de liberdade) ≤ 3, < 5 aceitável (HAIR ET AL, 2010)
Akaike information criterion	AIC	Quanto menor melhor – comparação de modelos
Browne–Cudeck criterion	BCC	Quanto menor melhor – comparação de modelos
Bayes information criterion	BIC	Quanto menor melhor – comparação de modelos
Consistent AIC	CAIC	Quanto menor melhor – comparação de modelos
Expected cross-validation index	ECVI	Quanto menor melhor – comparação de modelos
Ajuste comparativo (comparative fit) – comparação com modelo independente (nulo)		
Normed fit index	NFI	≥ .95 para aceitação
Incremental fit index	IFI	≥ .95 para aceitação
Tucker–Lewis index	TLI	≥ .95 para aceitação
Comparative fit index	CFI	≥ .95 ótimo, 0,90 ≥ normalmente aceito,0,85 ≥ algumas vezes aceitável (HAIR ET AL, 2010)
Relative noncentrality fit index	RNI	≥ .95 para aceitação
Ajuste de Parcimônia (Parcimonious fit)		
Parsimony-adjusted NFI	PNFI	Muito sensível ao tamanho do modelo
	PCFI	Sensível ao tamanho do modelo
Parsimony-adjusted GFI	PGFI	Mais próximo de 1 melhor, tipicamente menor que os outros índices e sensível ao tamanho do modelo
Outros índices		
Goodness-of-fit index	GFI	≥ .95, embora não seja geralmente recomendado
Adjusted GFI	AGFI	≥ .95 (Schreiber et al,2006) baixo desempenho em estudos simulados, (Hair et al 2010) > 0,80
Root mean square error of approximation	RMSEA	< ,06 a ,08 com intervalo de confiança, para Hair et al (2010) < ,05 bom, entre 0,5 a ,10 moderado, e acima de 0,10 inaceitável
PCLOSE	PCLOSE	> 0,05 (deve ser não significativo)

Fonte: Adaptado de SCHREIBER et al (2006), pg. 330 e Hair et al. 2010, pg. 654

Hoe (2008) indica que além dos índices de ajuste de modelo, os valores das relações entre as variáveis também podem ser analisados, utilizando coeficientes padronizados que podem variar entre -1 e +1. Estes coeficientes são testados através de um teste t, que apresenta uma estatística conhecida como *Critical Ratio*, que deve ser maior que ± 1.96 para indicar que o coeficiente testado é estatisticamente diferente de zero. Além disso, os coeficientes deveriam ser superiores a 0,20 para que tenham importância prática.

A quantidade de observações é outro importante indicador da qualidade de modelo. É importante notar que neste contexto, a quantidade de observações não tem relação com o número de sujeitos ou da amostra, mas sim com o número de variáveis utilizadas no modelo, presentes na matriz de correlação (KLINE, 2010). Para o modelo principal, foram utilizadas um total de 60 variáveis, onde 40 são de valores humanos, 20 de intenção empreendedora, nas dimensões atitude (5), apoio social (3), percepção de controle sobre o comportamento (6) e intenção empreendedora (6). Assim, o número de observações pode ser calculado com a fórmula:

$$Obs = v * \frac{v + 1}{2}$$

O número de observações de um modelo é o parâmetro de cálculo para a determinação no número de graus de liberdade (df) do modelo, que é:

$$df = Observações - Parametros\ Estimados$$

Kline (2010) indica que para que um modelo tenha relevância deve contar com um grau de liberdade (df) significativamente superior a zero, pois modelos com grau de liberdade iguak a zero (*df*=0) se ajustam perfeitamente aos dados, e acabam por não testar nenhuma hipótese, e assim tornam-se inúteis.

Ou seja, quanto maior o grau de liberdade do modelo, maior a possibilidade que ele seja rejeitado, e assim, mais útil do ponto de vista de teste de hipóteses, por se tratar de um modelo mais robusto. Ainda, um modelo com um alto grau de liberdade (df) é mais parcimonioso que um modelo mais complexo, e assim também mais desejável.

Para a presente pesquisa foram desenvolvidos 5 modelos, para testar as hipóteses apresentadas. Kline (2010) afirma que é importante a utilização de modelos alternativos que possam ter um

melhor ajuste aos dados que o modelo originalmente especificado. O Quadro 26 indica os modelos construídos e suas respectivas descrições:

Quadro 26: Descrição dos Modelos SEM especificados

Modelo	Descrição
Modelo 1	Modelo de Previsão de Intenção Empreendedora utilizando Teoria do Comportamento Planejado (dimensões atitudinais, normas subjetivas e controle sobre o comportamento) Este modelo não inclui as dimensões de valores humanos
Modelo 2	Modelo de Previsão de Intenção empreendedora utilizando O Modelo de Liñán & Chen (2009) no qual as normas subjetivas impactam a percepção de controle e as atitudes em relação ao empreendedorismo Este modelo não inclui as dimensões de valores humanos.
Modelo 3	Modelo de Previsão de Intenção Empreendedora utilizando Teoria da Ação Racional (somente inclui as dimensões atitudinais e normas subjetivas) Este modelo não inclui as dimensões de valores humanos na predição, e tampouco o PCC.
Modelo 4	Impacto dos Valores Humanos na Intenção Empreendedora (IE) Este modelo verifica o impacto dos valores humanos simultaneamente das duas variáveis IE e AE.
Modelo 5	Impacto dos Valores nas Atitudes para predizer a Intenção Empreendedora (IE). Este modelo considera o impacto dos valores humanos na AE e na IE. Os valores, as atitudes e as normas subjetivas são especificadas como preditores da IE, testando também papel mediador destas variáveis.

Foi utilizado o software AMOS versão 21, com a análise dos dados brutos (matriz de covariância). O método de estimação discrepância utilizado foi o ADF (*Asymptotically distribution free*), recomendado para dados que não atendem a premissa de normalidade, como é o caso dos dados coletados no presente estudo.

A presente amostra é considerada grande (maior que 1000 observações) e portanto adequada para este método de estimação. No entanto, algumas análises envolvendo subgrupos utilizaram o método padrão ML, que utilizará bootstrap para minimizar o erro de estimação dos parâmetros causado pela ausência de normalidade.

Embora o método ADF apresente menor discrepância e parâmetros mais confiáveis, a estimativa do modelo independente que é usado como comparação, apresenta um ajuste muito superior ao método ML, o que acaba fornecendo baixos índices de ajuste nas medidas que realizam comparação com o modelo independente. **O modelo independente parte da hipótese**

que não existe relacionamento entre variáveis. Embora possa se realizar o cálculo manualmente estimando o qui-quadrado com as variáveis sem relacionamento e então calcular um índice de ajuste comparativo este procedimento tende a ser demorado e sujeito a erros.

Por este motivo serão reportados também os índices de ajuste utilizando o método ML (CFI, NFI, AIC, etc.). É importante indicar que os índices de ajustes absolutos como não são comparados com um modelo independente não apresentam este viés e podem ser analisados normalmente como nos outros métodos de estimação como o ML.

O primeiro modelo estimado foi o Modelo 1, que aplica a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) para prever a intenção empreendedora, com atitudes, percepção de controle e normas subjetivas sendo fatores que covariam livremente.

Foi realizada a estimação para a amostra brasileira (5 regiões) Durante a estimação do modelo 1 foram encontrados 11 casos classificados como outliers, pois possuíam distância de Mahalanobis significativa ($p<0,001$) sendo removidos da amostra (casos 343,1351,745,601,318,1047,1181,879,1266,732,905), sendo utilizados 1350 respostas. Os dados apresentaram curtose multivariada de 35,386 (CR=28,78), rejeitando a hipótese de normalidade multivariada.

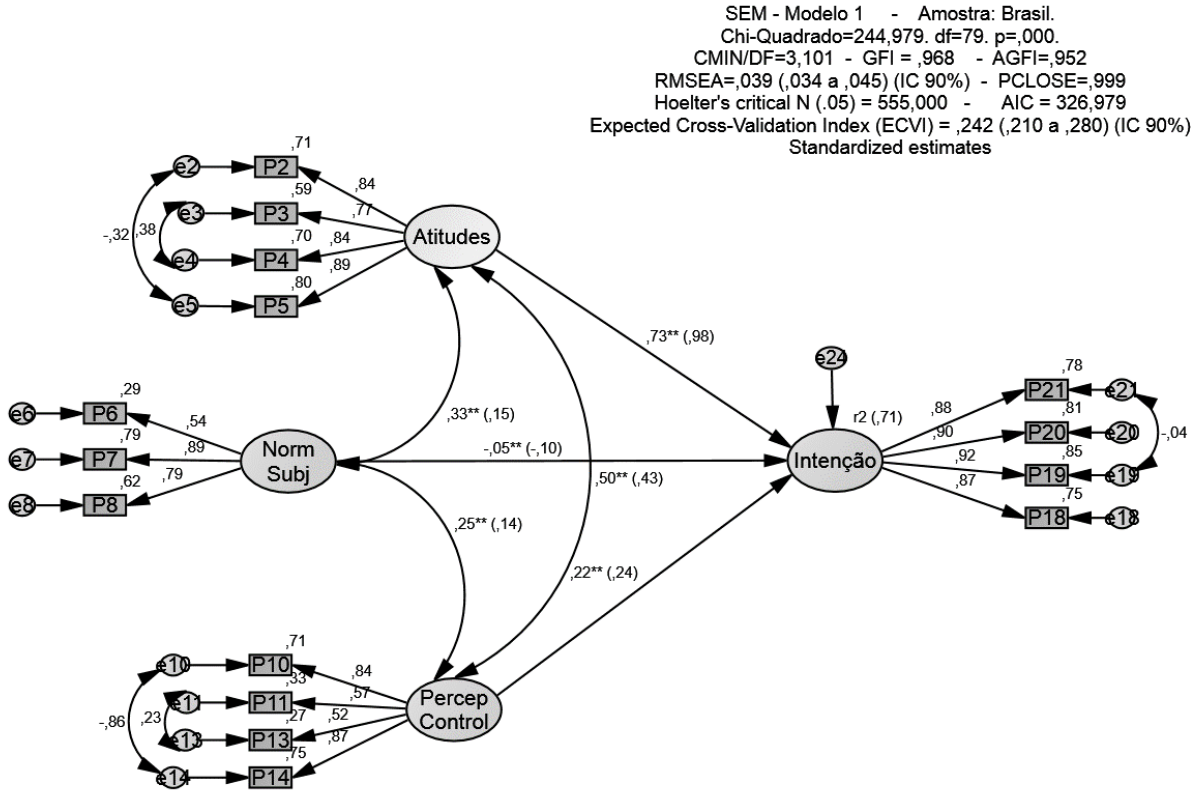
O modelo inicial apresentou bom ajuste (χ^2=275,379 (df=80) $p<0,001$, C/DF=3,442, RMSEA=0,043(0,37 a 0,48 – IC 90 %), GFI=0,964). Procedeu-se para a verificação das correlações residuais, através de uma tabela de correlações residuais conforme sugerido por Kline(2010). A verificação dos residuais é importante pois permite verificar se o modelo apresenta um bom ajuste para todas as variáveis. Kline (2010) indica que a maioria das correlações residuais deve estar abaixo de 0,10. Embora o software AMOS 21 não forneça esta tabela, a tabela de correlações residuais pode ser calculada utilizando-se a correlação da amostra e a correlação estimada pelo modelo.

Após a confecção da tabela, seis correlações residuais estiveram acima do limite de 0,100 (correlação residual máxima foi entre P13 e P3 de 0,137), sendo que todas estavam relacionadas a variável P13. Verificou-se os índices de modificação e a correlação entre os termos de erro de P3 e P13 apresentou um MI (*modification index*) de 13,205, indicando que os erros entre as variáveis estariam correlacionados. Foi permitida a correlação entre os erros (retirada a restrição

de erros não correlacionados), já que os itens mediam o mesmo constructo e utilizaram o mesmo método de mensuração (KLINE,2010)

O ajuste efetuado melhorou o modelo substancialmente (χ^2=244,979 (df=79) p<0,001, C/DF=3,101, RMSEA=0,039(0,34 a 0,45 – IC 90 %), GFI=0,968), além disso as correlações residuais também estiveram dentro do limite, indicando uma melhora sensível do modelo. Foram utilizados 3000 *bootstraps* para estimar os parâmetros do Modelo 1, juntamente com os parâmetros está disponível no Modelo SEM 1:

Modelo SEM 1: Modelo 1 - Previsão da IE utilizando TCP



Path ** significativo a 0,01- * significativo a 0,05
(Coeficientes não padronizados entre parêntesis) NFI ML = 0,977 - CFI ML = 0,984

O modelo 1 é recursivo, ou seja, não apresenta feedbacks ou retroalimentação, indicando que os efeitos são unidirecionais (KLINE, 2010). O modelo 1 apresentou 35 variáveis, sendo que 15 foram observadas, 20 não observadas, 19 exógenas e 16 endógenas. A minimização ocorreu sem problemas após 12 iterações.

O modelo apresentou ajuste considerado adequado. Procedeu-se então para a análise dos parâmetros de regressão. McDonald e Rong Ho (2002) afirmam que o objetivo principal de um

estudo que utiliza a técnica SEM é de testar hipóteses referentes as associação (*paths)* especificados no modelo. Os parâmetros de regressão juntamente com os intervalos de confiança, significância estão disponíveis na Tabela 54:

Tabela 54: Parâmetros SEM - Modelo 1

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		p
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
INTEN	<---	ATITUDE	0,978	0,043	0,908	1,033	**0,730**	0,695	0,760	**
INTEN	<---	NSOCIAL	-0,104	0,044	-0,167	-0,048	**-0,050**	-0,08	-0,023	**
INTEN	<---	PCC	0,241	0,031	0,191	0,294	**0,217**	0,178	0,262	**
Covariância e Correlação Entre Fatores										
ATITUDE	<-->	PCC	0,432	0,035	0,392	0,472	**0,500**	0,462	0,529	**
ATITUDE	<-->	NSOCIAL	0,152	0,025	0,152	0,125	**0,333**	0,285	0,374	**
NSOCIAL	<-->	PCC	0,138	0,024	0,111	0,166	**0,249**	0,204	0,290	**
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P2	<---	ATITUDE	Fixo = 1				0,843	0,822	0,859	**
P3	<---	ATITUDE	0,931	0,029	0,889	0,977	0,771	0,749	0,788	**
P4	<---	ATITUDE	1,028	0,029	0,987	1,071	0,836	0,818	0,851	**
P5	<---	ATITUDE	1,275	0,037	1,221	1,326	0,894	0,88	0,907	**
P6	<---	NSOCIAL	Fixo = 1				0,541	0,501	0,577	**
P7	<---	NSOCIAL	1,258	0,078	1,154	1,377	0,891	0,859	0,918	**
P8	<---	NSOCIAL	1,238	0,074	1,137	1,354	0,786	0,755	0,811	**
P10	<---	PCC	Fixo = 1				0,842	0,803	0,881	**
P11	<---	PCC	0,651	0,045	0,586	0,713	0,573	0,532	0,605	**
P13	<---	PCC	0,61	0,045	0,546	0,671	0,524	0,481	0,556	**
P14	<---	PCC	0,829	0,034	0,786	0,876	0,865	0,831	0,902	**
P19	<---	INTEN	1,122	0,02	1,094	1,151	0,921	0,908	0,93	**
P20	<---	INTEN	1,097	0,021	1,067	1,13	0,899	0,883	0,909	**
P21	<---	INTEN	1,048	0,022	1,016	1,085	0,884	0,869	0,895	**
P18	<---	INTEN	Fixo = 1				0,869	0,854	0,88	**

IC - Baseado em 3.000 bootstraps ** - $p < 0,01$, * $p < 0,05$

É importante mencionar que os parâmetros do Modelo 1 foram também calculados pelo método ADF, que após 3.000 *bootstraps* convergiram para o resultados semelhantes aos estimados pelo método ML, o nível de significância, *Critical Ratio* e erro padrão também praticamente iguais, indicando que com a técnica de bootstrap o uso das duas técnicas se equivale. Os parâmetros estimados pelos dois métodos podem ser comparados no Apêndice Q.

Além do valor dos parâmetros, Kline(2010) indica que é importante verificar o poder preditivo de um modelo, pois embora uma modelo possa se ajustar aos dados, ele pode não ser útil se não

explicar razoavelmente os fenômenos estudados. O modelo 1 explicou 71% da variância da intenção empreendedora, indicando um alto poder explicativo do modelo.

O Modelo 1 foi testado também para todas as regiões estudadas. Os estatísticas principais, incluindo o r2 (percentual de variância explicada), os coeficientes padronizados e estatísticas de ajuste estão presentes na Tabela 55:

Tabela 55: Teste do Modelo 1 - Regiões Brasileiras e Cabo Verde

Predição do Modelo r2		**Coeficientes Padronizados**			**Ajustes do Modelo**				
Região	**Intenções**	**Atitudes**	**PCC**	**NS**	**X2**	**df**	**RMSEA**	**AIC**	**EICV**
Norte	69,0%	0,703	0,275	-0,201	98,141	80	0,049	178,141	1,915
Nordeste	68,7%	0,746	0,143	0,007	162,906	80	0,061	242,906	0,883
Centro-Oeste	76,0%	0,727	0,261	-0,06	142,954	80	0,078	222,954	1,702
Sul	69,2%	0,704	0,242	-0,027	107,443	80	0,031	187,443	0,522
Sudeste	70,4%	0,682	0,267	-0,085	182,382	80	0,051	262,382	0,527
Cabo Verde	60,6%	0,71	0,282	-0,365	129,747	80	0,079	209,747	2,097
Predição Média	69,0%								

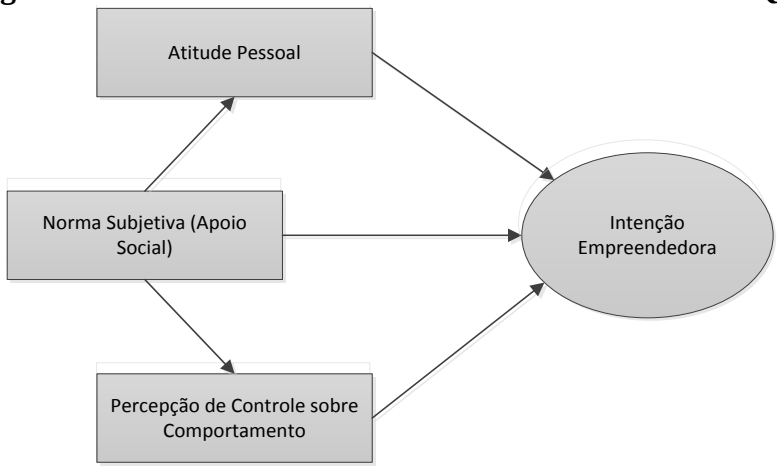
Significância Calculada em 3.000 bootstraps **p<0,01 , * p<0,05

Os resultados replicados para as diferentes regiões indicaram um ajuste satisfatório do modelo em todas as regiões, com percentual de explicação variando de 60,6% a 76%. O coeficientes padronizados também seguiram a mesma tendência, com as atitudes sendo a variável com maior impacto nas intenções empreendedoras. O PCC também teve relação significativa com a IE. As normas subjetivas (NS) não apresentaram relação significativa com a intenção empreendedora, com exceção de Cabo Verde e Região Norte, onde estes coeficientes foram negativos e estatisticamente significativos.

Liñán & Chen (2009) indicam também que o componente de normas subjetivas, ou apoio social em relação ao empreendedorismo têm dificuldade de predizer as intenções empreendedoras, e por isso têm sido removido de alguns instrumentos que mensuram intenção empreendedora.

O Modelo 2, trata-se de uma versão equivalente ao Modelo 1, testa as hipóteses de Liñán & Chen (2009) durante a construção do QIE sobre a inter-relação entre os conceitos de atitudes pessoais, normas subjetivas, percepção de controle para predizer a intenção empreendedora. Este modelo é mais sofisticado do que o TCP pois ao invés de covariar os três determinantes da intenção, especifica relações de causalidade entre eles, conforme Figura 62:

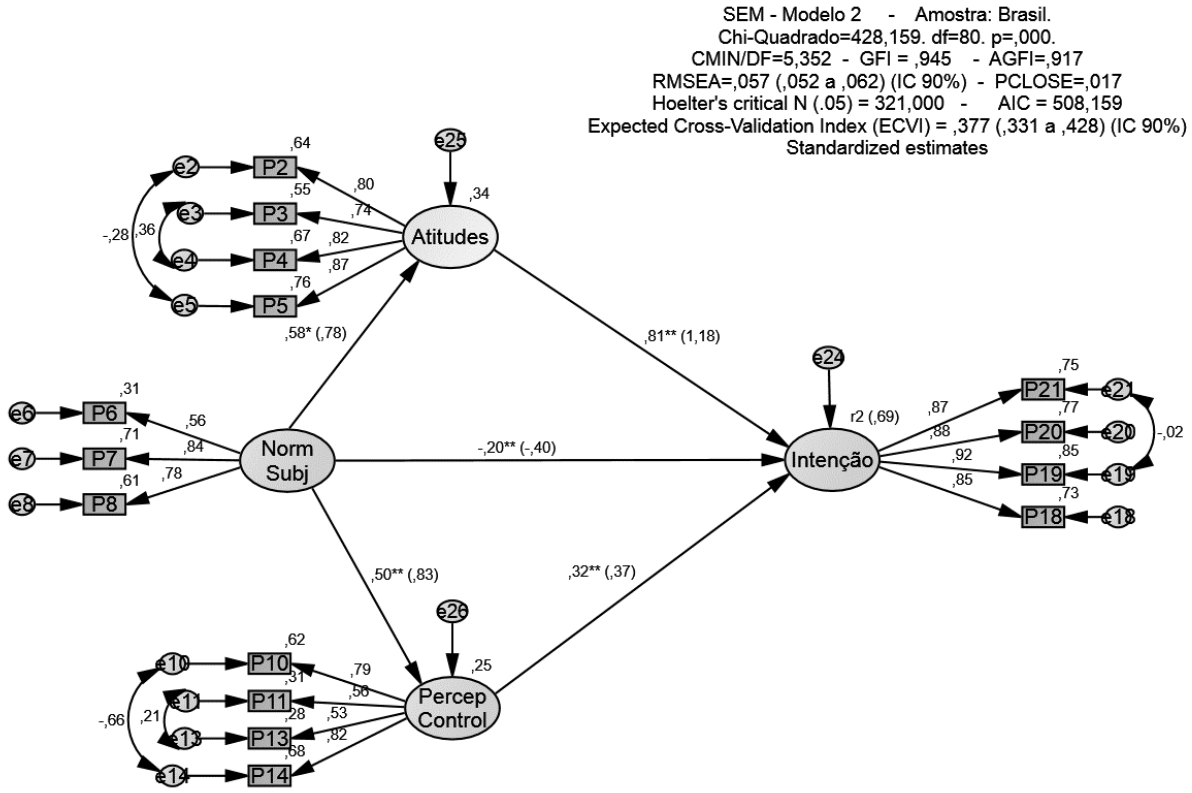
Figura 62: Modelo de Relacionamento entre variáveis do QIE



Fonte: Adaptado de Liñán & Chen (2009)

Neste modelo as normas sociais afetam simultaneamente as atitudes pessoais e também a PCC (via efeitos de redes de apoio social). Ou seja, o efeito das NS e da PCC na intenção empreendedora não seria apenas os efeitos diretos, mas também efeitos indiretos através de seu impacto destas variáveis na AE e PCC. O Modelo 2, especificado conforme as suposições de Liñán & Chen (2009) está disponível no Modelo SEM 2:

Modelo SEM 2: Modelo 2 - Previsão de IE proposto por Liñán & Chen (2009)

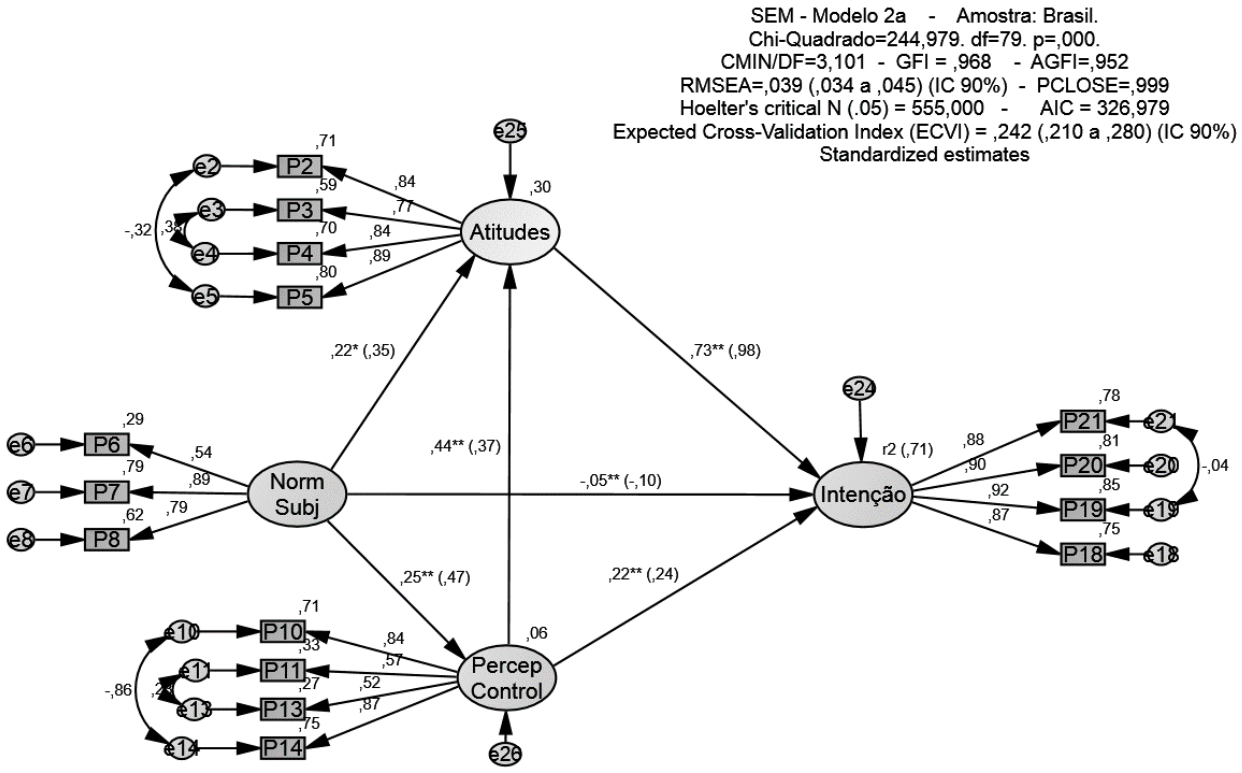


Path ** significativo a 0,01 - * significativo a 0,05 –(Coeficientes não padronizados entre parêntesis)

O modelo embora tenha apresentado ajuste razoável, apresentou todos os índices de ajustes inferiores ao do modelo anterior (sendo a diferença significativa p<0,001). Foi então verificado o ajuste residual do modelo, que indicou 38 correlações residuais com valor superior ao recomendado por Kline (2010) de 0,100. O maior residual foi de 0,223 foi encontrado entre a variável P7 e P5. O próximo passo foi a verificação dos índices de modificação, buscando um erro na especificação do modelo.

O maior índice de modificação foi entre a associação entre as variáveis latentes percepção de controle e atitude (29,209). Seguindo a recomendação de Kline(2010) a reespecificarão somente ocorreu pois a ligação entre os constructos é teoricamente plausível, ou seja, um maior percepção de controle pode realmente estar associada a uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo.

Modelo SEM 3: Modelo 2a – Modelo 2 com Impactos de PCC nas Atitudes



Path ** significativo a 0,01 - * significativo a 0,05

(Coeficientes não padronizados entre parêntesis) NFI ML = 0,977 - CFI ML = 0,984

O modelo 2a apresentou exatamente as mesmas estatísticas de ajuste do modelo 1. No entanto, este resultado é esperado, pois trata-se de um modelo equivalente. Kline(2010) indica que é

importante a busca por modelos que são matematicamente equivalentes (e portanto explicam igualmente bem as covariâncias entre os dados), mas que fornecem uma explicação alternativa para os dados.

Os resultados dos parâmetros do **Modelo 2a**, estimados em 3.000 bootstraps, estão disponíveis na Tabela 56:

Tabela 56: Parâmetros do Modelo 2a

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		p
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
PCC	<---	NSOCIAL	0,471	0,066	0,389	0,542	**0,249**	0,204	0,29	**
ATITUDE	<---	NSOCIAL	0,347	0,055	0,285	0,413	**0,222**	0,179	0,261	**
ATITUDE	<---	PCC	0,368	0,034	0,329	0,408	**0,444**	0,405	0,476	**
INTEN	<---	ATITUDE	0,978	0,043	0,908	1,033	**0,730**	0,695	0,760	**
INTEN	<---	NSOCIAL	-0,104	0,044	-0,167	-0,048	**-0,050**	-0,08	-0,023	**
INTEN	<---	PCC	0,241	0,031	0,191	0,294	**0,217**	0,178	0,262	**
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P2	<---	ATITUDE	Fixo = 1				0,843	0,822	0,859	**
P3	<---	ATITUDE	0,931	0,029	0,889	0,977	0,771	0,749	0,788	**
P4	<---	ATITUDE	1,028	0,029	0,987	1,071	0,836	0,818	0,851	**
P5	<---	ATITUDE	1,275	0,037	1,221	1,326	0,894	0,88	0,907	**
P6	<---	NSOCIAL	Fixo = 1				0,541	0,501	0,577	**
P7	<---	NSOCIAL	1,258	0,078	1,154	1,377	0,891	0,859	0,918	**
P8	<---	NSOCIAL	1,238	0,074	1,137	1,354	0,786	0,755	0,811	**
P10	<---	PCC	Fixo = 1				0,842	0,803	0,881	**
P11	<---	PCC	0,651	0,045	0,586	0,713	0,573	0,532	0,605	**
P13	<---	PCC	0,61	0,045	0,546	0,671	0,524	0,481	0,556	**
P14	<---	PCC	0,829	0,034	0,786	0,876	0,865	0,831	0,902	**
P19	<---	INTEN	1,122	0,02	1,094	1,151	0,921	0,908	0,93	**
P20	<---	INTEN	1,097	0,021	1,067	1,13	0,899	0,883	0,909	**
P21	<---	INTEN	1,048	0,022	1,016	1,085	0,884	0,869	0,895	**
P18	<---	INTEN	Fixo = 1				0,869	0,854	0,880	**

IC - Baseado em 3.000 bootstraps ** - $p < 0,01$, * $p < 0,05$

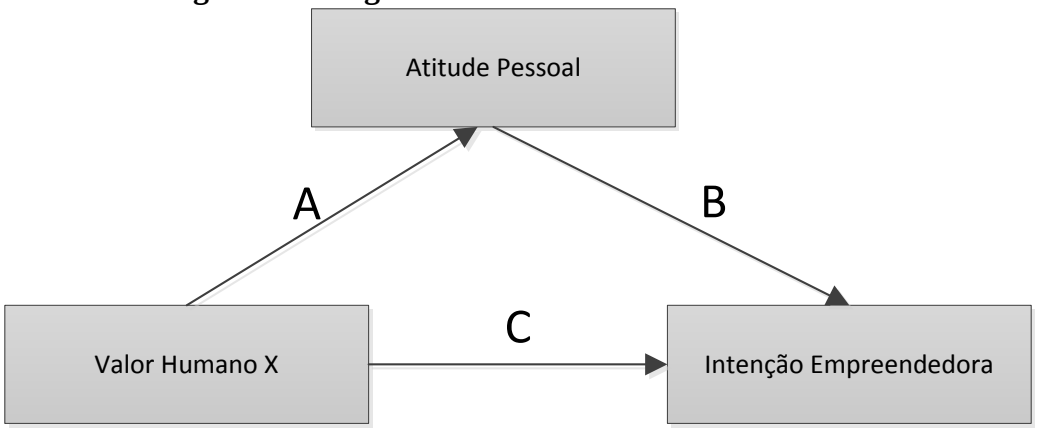
A técnica SEM permite verificar a relação entre variáveis de forma mais completa que uma regressão, pois permite calcular efeitos diretos, indiretos e totais. O efeito total é a soma dos efeitos diretos e indiretos. Os efeitos indiretos chamados também de mediação. A mediação é a extensão de que o efeito de uma variável independente é passado a uma outra independente através de uma terceira, conhecida por mediadora.

Para que um efeito de mediação exista, alguns critérios devem ser cumpridos: a) a variável independente deve afetar significativamente a variável mediadora, b) a variável independente deve afetar a variável dependente mesmo sem mediação, c) a variável mediadora deve ter um efeito único na variável dependente e d) o efeito da variável deve diminuir quando se adiciona o mediador no modelo (KLINE,2010).

No modelo 2a a variável atitude seria a mediadora do efeito das normas subjetivas e da percepção de controle na intenção empreendedora. Ou seja, a relação de um maior apoio social (normas subjetivas) ao empreendedorismo não impactaria somente diretamente sobre a intenção se tornar um empreendedor. O efeito seria mais complexo, pois um maior apoio social estaria associado a uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo, que por sua vez aumentaria a intenção empreendedora.

Estes efeitos são transmitidos através do impacto que o apoio social tem na atitude pessoal, que acaba por influenciar indiretamente a intenção empreendedora. Estes efeitos são importantes e permitem a verificação mais precisa da relação entre variáveis. A Figura 63 mostra um exemplo de efeitos diretos e indiretos, utilizando os valores humanos, atitudes e intenção empreendedora:

Figura 63: Diagrama de Efeitos Diretos e Indiretos



Assim, um valor X, tem um impacto duplo sobre a intenção, primeiramente através do efeito direto (**C**), mas também indiretamente pelo efeito que possui na Atitude Pessoal (**A**), que por sua vez está relacionada com a variável dependente (**B**), assim o efeito total é calculado pela fórmula:

$$Efeito\ Total = C + A\ x\ B$$

Efeito Total = (efeito direto) + (efeito na variável mediadora x efeito da var. mediadora na dependente)

Vários testes já foram desenvolvidos para testar o efeito de mediação, entre eles o mais conhecido é o teste Sobel (SOBEL,1982), que verifica que a variável mediadora efetivamente leva o efeito da VI (variável independente) para a VD (variável dependente) (Kline,2010). No entanto, o *bootstraping* é uma técnica mais confiável e precisa, não dependente de suposições distribucionais para determinar efeitos indiretos (ARBUCKLE,2012).

Tabela 57: Efeitos diretos, Indiretos e Totais – Modelo

Efeitos Não Padronizados									
	Efeitos Diretos			**Efeitos Indiretos**			**Efeitos Totais**		
Efeito "----->"	PCC	Atitude	Inten	PCC	Atitude	Inten	PCC	Atitude	Inten
Normas Subj	0,471**	0,347**	-0,104**	0	0,173**	0,622**	0,471**	0,52**	0,518**
PCC	0	0,368**	0,241**	0	0	0,359**	0	0,368	0,6**
Atitude	0	0	0,978**	0	0	0	0	0	0,978**
Efeitos Padronizados									
	Efeitos Diretos			**Efeitos Indiretos**			**Efeitos Totais**		
Efeito "----->"	PCC	Atitude	Inten	PCC	Atitude	Inten	PCC	Atitude	Inten
Normas Subj	0,249**	0,222**	-0,05**	0	0,111**	0,297**	0,249**	0,333**	0,248**
PCC	0	0,444**	0,217**	0	0	0,324**	0	0,444**	0,542**
Atitude	0	0	0,73**	0	0	0	0	0	0,73**

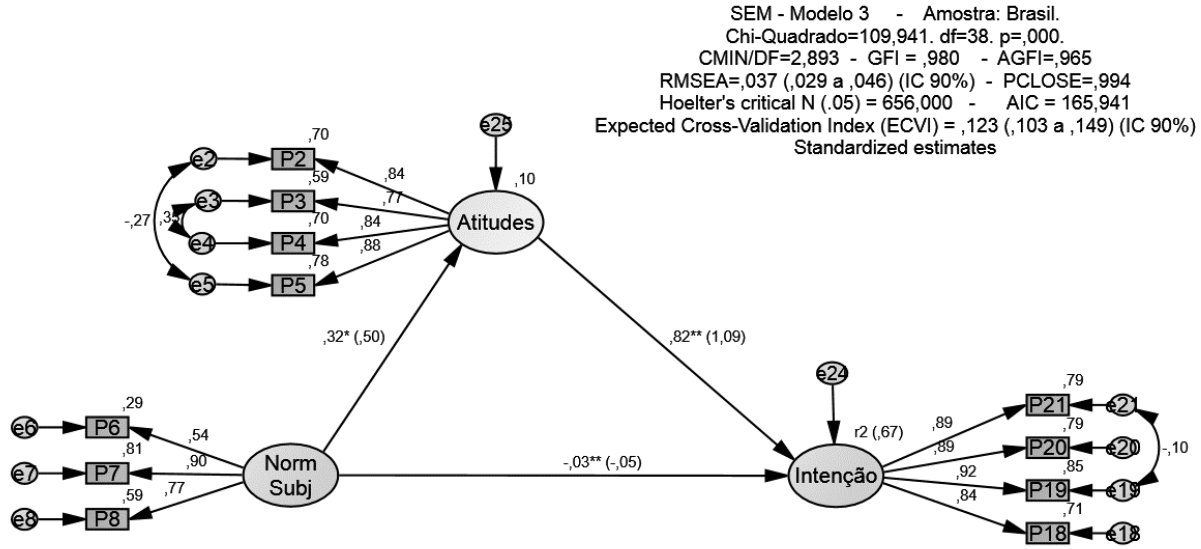
Significância Calculada em 3.000 bootstraps **p<0,01 , * p<0,05

A explicação da variância alcançada pelo modelo foi de 71,2 % para IE (68,4% a 71,3% - IC 90 %), 29,6% para a AE (25,6 % a 32,5 % - IC 90 %), e 6,2 % (4,2% a 8,4% - IC 90 %) para PCC. Estes valores indicam um modelo que além de contar com um bom ajuste, também obteve um importante poder preditivo não só para explicar a intenção empreendedora, mas também as atitudes pessoais.

Continuando a busca por um modelo superior e mais parcimonioso, testou-se **o Modelo 3**, baseado na TAR. A Teoria da Ação Racional de Fishbein & Ajzen (1975) é considerada uma versão geral da TCP, sem o componente de percepção de controle sobre o comportamento.

Para Ajzen(2001), a TAR é um caso especial da TCP, que assume que os indivíduos possuem controle sobre sua vontade de realizar o comportamento e também que consideram seriam capazes de realizar o comportamento se assim desejassem. Se estas condições estiverem presentes, o componente percepção de controle sobre o comportamento se torna irrelevante e a teoria do comportamento planejado se torna a teoria da ação racional. O modelo 3, juntamente com os seus parâmetros está disponível Modelo SEM 4:

Modelo SEM 4: Modelo 3 - Teoria da Ação Racional



Path ** significativo a 0,01 - * significativo a 0,05 - (Coeficientes não padronizados entre parêntesis)

O **Modelo 3** apresentou ótimo ajuste. Os índices foram superiores aos encontrados nos modelos 1 e 2 e 2a. Além disso, os índices de comparação AIC e ECVI foram altamente favoráveis a este modelo. A diferença entre o ajuste dos modelos também foi significativa (dif χ^2=135,038 (df=41) < p<0,001). A análise de residuais revelou não existir correlação residual maior que 0,100, indicando bom ajuste em todas as partes do modelo.

A diferença entre a predição da intenção foi numericamente pequena entre os dois modelos. O modelo 3 consegui explicar 66,8% da variação da intenção empreendedora (IC 90% - 63,9 % a 69,0 %). Estes valores estão inclusive dentro da faixa de confiança do modelo 2, indicando que o poder preditivo dos dois modelos são estatisticamente iguais.

Posteriormente, verificou-se o ajuste deste modelo nas cinco regiões brasileiras e em Cabo Verde, com o objetivo de testar o desempenho do modelo também nestas regiões, através de índices de ajuste comparativo (AIC e EICV). O resultado desta análise está disponível na Tabela 58:

Tabela 58: Teste do Modelo 3 - Regiões Brasileiras e Cabo Verde

Predição do Modelo r2		Coeficientes Padronizados		Ajustes do Modelo					Ajuste do Modelo baseado na TCP (Modelo 1)	
	Intenções	Atitudes	NS	X2	df	RMSEA	AIC	EICV	AIC	EICV
Norte	65,0%	0,848	-0,162	52,385	38	0,064	108,385	1,165	178,141	1,915
Nordeste	67,2%	0,813**	0,027	61,076	38	0,047	117,076	0,426	242,906	0,883
Centro-Oeste	71,5%	0,862**	-0,036	62,498	38	0,07	118,498	0,905	222,954	1,702
Sul	64,5%	0,807**	-0,02	53,084	38	0,033	109,084	0,304	187,443	0,522
Sudeste	65,0%	0,831**	-0,072*	79,673	38	0,047	135,673	0,272	262,382	0,527
Cabo Verde	55,0%	0,892**	-0,416*	63,741	38	0,082	119,741	1,197	209,747	2,097
Predição Média	64,7%									

*Significância Calculada em 3.000 bootstraps **p<0,01 , * p<0,05*

Os resultados apresentados na Tabela 58 indicam que a capacidade preditora do modelo se manteve estatisticamente igual (em comparação com o modelo TCP, dentro do intervalo de confiança de 90%) para todas as regiões, indicando que os modelos TCP e TAR são equivalentes em termos de capacidade de predição da variável intenção empreendedora.

No entanto, o modelo TAR por excluir a dimensão de PCC, consegue ser mais parcimonioso e apresenta estatísticas de ajustes favoráveis para todas as regiões estudadas, conforme as estatísticas de comparação AIC e EICV indicam. Embora a dimensão de PCC tivesse uma relação significativa com a intenção empreendedora, muito desta variância é compartilhada com a atitude pessoal.

Portanto o modelo baseado na TAR pode ser considerado superior ao modelo TCP para a explicação das intenções empreendedoras nas cinco regiões brasileiras e em Cabo Verde. É importante notar que o coeficiente padronizado das atitudes foi equivalente em todas as regiões, enquanto as normas sociais não tiveram relações significativas em quatro das seis regiões pesquisadas. Somente na Região Sul e Cabo Verde apresentaram coeficientes negativos.

No entanto, é importante notar que a relação entre normas subjetivas (apoio social) e intenção é mediada pelas atitudes. Os resultados indicam que as normas não afetariam diretamente a intenção de se tornar um empreendedor, ao menos não positivamente, em todas as regiões pesquisadas. Estes resultados estão de acordo com os achados de Armitage e Conner (2001), indicando que a normas subjetivas são componentes com menor poder preditivo das intenções.

O **Modelo 4**, criado para verificar o impacto dos valores humanos na intenção empreendedora, utilizou as escalas de valores humanos, atitudes e intenção empreendedora. O modelo sem

ajustes apresentou um total de 205 parâmetros, sendo que destes 153 seriam estimados. Como o número de casos válidos para a análise foi de 1360, a análise do modelo sem alterações implicaria em uma taxa de parâmetros/casos de 8,88, ligeiramente abai0xo do recomendado de 10 casos por parâmetros estimados (Hair et al, 2010).

A estimação ADF, requer um número ainda maior, haja visto que as recomendações anteriores são feitas para o método de estimação ML. Adicionalmente, como os dados foram considerados não normais (curtose multivariada = 204,264 – CR = 69,852), o viés e estatísticas de ajustes poderiam estar enviesadas por não existir uma taxa ideal entre o número de parâmetros e variáveis estimadas.

Uma das soluções mais utilizadas quando existem estas limitações é o uso de variáveis compostas, que são variáveis formadas por duas ou mais variáveis ou medidas altamente relacionadas conceitualmente ou estatisticamente. Segundo Song e colaboradores (2013) o uso de variáveis compostas é comum para controlar Erro do Tipo I, o seja, quando o tamanho da amostra não é suficiente para testar comparações múltiplas, em casos de multicolineariedade ou ainda para organizar variáveis altamente correlacionadas de uma forma menos complexa com perda mínima de informação.

Knoppen e Saris (2009) utilizaram variáveis compostas dos valores em equações estruturais que utilizaram valores humanos como preditores, alcançando uma simplificação do modelo sem perca considerável da qualidade de predição, recomendando esta técnica para facilitar a modelagem dos dados.

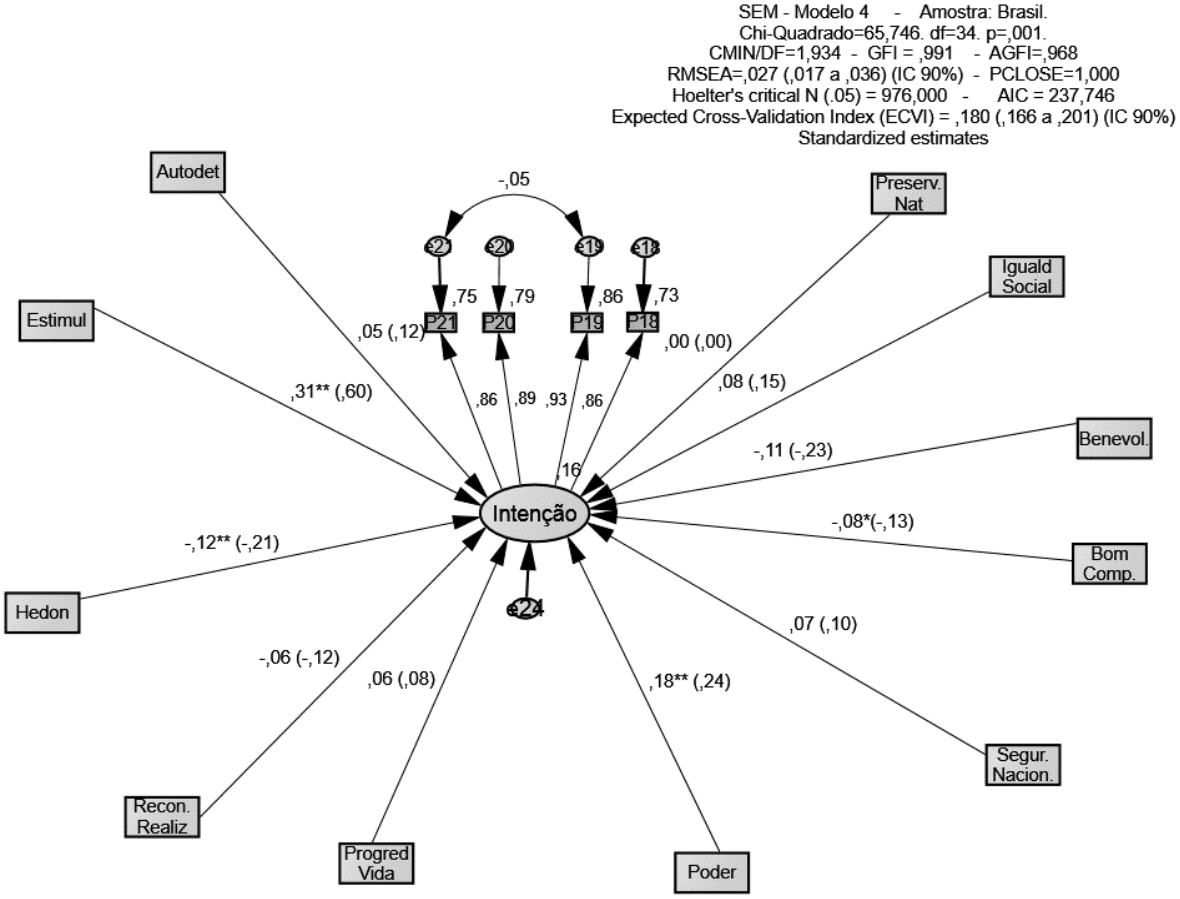
Como as variáveis compostas já foram criadas após a análise fatorial no presente estudo, procedeu-se a um teste estre os dois modelos, um utilizando o modelo de mensuração completo e o outro utilizando apenas as variáveis compostas, para verificar principalmente a diferença entre os parâmetros, suas significâncias e a predição total. Foram usados os mesmos dados, método de estimação (ML) e quantidade de bootstrap (3,000). Foram comparados os coeficientes padronizados já que as métricas das variáveis são distintas.

O modelo utilizando somente variáveis compostas apresentou estatísticas mais favoráveis de ajuste (χ^2=191,240 df=82, RMSEA=0,031 (0,026 a 0,037 – IC 90 %), CFI = 0,994), embora o modelo mais completo tenha se ajustado bem aos dados (χ^2=1874,780 df=547, RMSEA=0,042 (0,040 a 0,045 – IC 90 %), CFI = 0,932).

A comparação entre os *paths (*coeficientes padronizados de regressão), indicaram que os valores são estatisticamente iguais (pois apresentam mesmos intervalos de confiança), conforme Apêndice R, por isso optou-se pelo modelo utilizando variáveis compostas de valores, conforme sugestão de Saris e colaboradores (2012). No entanto, as variáveis dependentes ou exógenas (atitudes, intenções e normas subjetivas), continuaram a ser mensuradas com estimação dos erros.

Antes de especificar o **Modelo 4**, foram realizados testes adicionais para detectar outliers. Este procedimento não havia sido realizado com todas as escalas do estudo de valores e intenções empreendedoras, revelando 20 observações outliers, por dois critérios distância de *Mahalanobis* com p<0,001, e análise gráfica, sendo analisados 1320 questionários. O modelo 4, juntamente com as estatísticas de ajuste está disponível em Modelo SEM 5:

Modelo SEM 5: Modelo 4 – Predição de IE pelos Valores



Path ** significativo a 0,01 - * significativo a 0,05 - (Coeficientes não padronizados entre parêntesis)

O modelo apresentou um excelente ajuste aos dados (χ2=65,746 df=34, RMSEA=0,027 (0,017 a 0,036 – IC 90 %), CFI = 0,991), apresentando também correlações residuais abaixo de 0,100.

Os parâmetros foram estimados com 3.000 bootstraps, para estimar o intervalo de confiança de 90 % para os principais parâmetros do modelo, que se encontram na Tabela 59:

Tabela 59: Parâmetros do Modelo 4 - Modelo Brasil

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados		
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%	
					INF	SUP		INF	SUP
Modelo Estrutural									
Intenção	<---	Benevol	-0,230	0,108	-0,42	-0,038	-0,106	-0,193	-0,019
Intenção	<---	Preserv	-0,005	0,073	-0,13	0,129	-0,003	-0,091	0,091
Intenção	<---	Reco. Real	-0,123	0,111	-0,322	0,079	-0,062	-0,164	0,039
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,129*	0,056	-0,235	-0,031	-0,083*	-0,150	-0,022
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,103	0,052	0,01	0,195	0,072	0,008	0,135
Intenção	<---	Estimul	0,604**	0,075	0,467	0,733	0,309**	0,243	0,372
Intenção	<---	Hedonismo	-0,212*	0,063	-0,319	-0,101	-0,120**	-0,180	-0,058
Intenção	<---	Poder	0,241**	0,07	0,117	0,37	0,176**	0,088	0,271
Intenção	<---	Igual. Social	0,155	0,137	-0,084	0,398	0,08	-0,041	0,206
Intenção	<---	Progredir Vida	0,083	0,099	-0,089	0,262	0,055	-0,057	0,175
Intenção	<---	Auto Determ	0,122	0,095	-0,057	0,293	0,054	-0,025	0,129
Estimativas do Modelo de Mensuração									
P21	<---	Intenção	1,017	0,022	0,967	1,064	0,863	0,831	0,877
P20	<---	Intenção	1,08	0,023	1,038	1,123	0,887	0,864	0,901
P19	<---	Intenção	1,123	0,025	1,088	1,172	0,926	0,909	0,937
P18	<---	Intenção	Fixo = 1				0,856	0,827	0,871

O modelo conseguiu explicar 16,4 % da intenção empreendedora (12,4% a 19%), sendo uma explicação significativamente diferente de zero (p=0,01). Embora não seja alto, estes percentual de explicação é compatível com estudos de Ajzen (2001) que indicam que os valores e crenças têm poder explicativo baixo para intenções e para o comportamento, principalmente se comparados com o poder preditivo das atitudes.

Para estimar o impacto dos valores nas diferentes regiões brasileiras foi realizada uma análise com cada região separadamente, devido ao tamanho reduzido da amostra, quando dividida por região foi utilizado o método ML para estimação de parâmetros. A Região Norte, por conter menos que 100 observações, utilizou bootstrap com fator 4, para realizar a análise de quatro vezes o tamanho total da amostra. Os parâmetros para as diferentes regiões encontram-se no Apêndice S. A Tabela 60, contém de forma resumida a explicação total por região, ajuste dos modelos e as variáveis significativamente associadas, por região:

Tabela 60: Modelo 4 – Impacto dos Valores na Intenção Empreendedora por Região

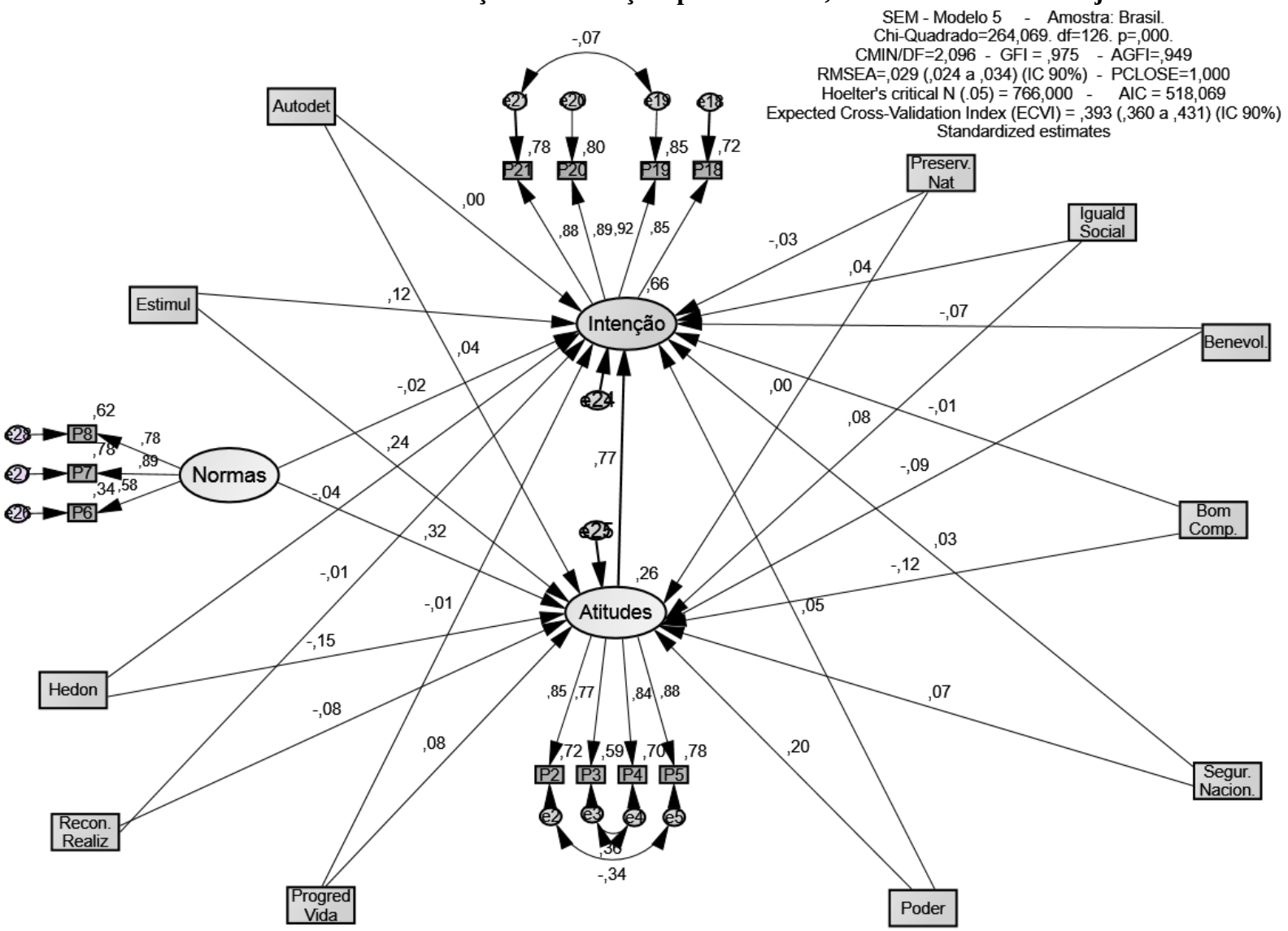
Região	Explicação da Variância da Intenção (IC 90%)	Ajuste do Modelo (χ^2)	CFI	Variáveis significativamente associadas com path (p <0,05) – Coeficientes Padronizados
Norte	17,0 % (9,5% a 20,2%)	33,052 (p=0,514)	1	Igualdade social (-0,556), Hedonismo (-0,359), Estimulação(0,207), Benevolência (0,398), Autodeterminação (0,181)
Nordeste	18,8 % (10,3 a 23,3%)	44,447(p=0,108)	0,996	Estimulação (0,398), Poder(0,338), Segurança (0,158)
Centro-Oeste	30,2 % (21,5 % a 34,2%)	40,909(p=0,193)	0,995	Estimulação (0,356), Hedonismo (-0,227), Progredir na Vida (0,667), Reconhecimento Realizações (-0,275).
Sul	15,5% (10,0 a 18,6%)	34,777(p=0,431)	1	Estimulação (0,303)
Sudeste	16,7 % (10,3 a 19,9%)	52,782(p=0,021)	0,996	Estimulação (0,221), Hedonismo (-0,095), Benevolência (-0,160), Poder (0,303), Bom Comportamento (-0,117), Segurança (0,097), Autodeterminação (0,098)

A análise mostrou que os valores parecem ser diferentes nas cinco regiões, embora alguns valores estejam mais comumente associados à intenção empreendedora. O valor de Estimulação foi um fator estatisticamente significante em todas as regiões brasileiras, enquanto Hedonismo foi significativamente associado a uma menor intenção empreendedora em quatro regiões e o poder foi apresentou relações significativas em duas regiões.

Procedeu-se então para a construção do **Modelo 5**, para explicar a intenção em relação ao empreendedorismo, explicando as atitudes em relação ao empreendedorismo utilizando os valores humanos.

Como o modelo TAR apresentou melhor ajuste, foi utilizado para predizer a intenção, juntamente com os valores humanos. Adicionalmente, não há justificativa teórica que implique que os valores impactam a percepção de controle sobre o comportamento de empreender. O **Modelo 5** também testa os efeitos indiretos dos valores na IE e pode ser encontrado no Modelo SEM 6:

Modelo SEM 6: Modelo 5 – Predição das Intenções pelos Valores, Atitudes e Normas Subjetivas



O **Modelo 5** apresentou um ajuste ótimo (χ^2=264,069 df=126, RMSEA=0,029 (0,024 a 0,034 – IC 90 %), CFI = 0,969). O modelo também apresentou bom poder explicativo para as duas variáveis dependentes: a explicação de atitude pelos valores foi de 24,8 %(19,3% a 28,1% - IC 90 %, enquanto 66,2% (61,1 % a 68,8%) da variação na IE foi explicada pelos valores e pela atitude em relação ao empreendedorismo. Os parâmetros podem ser consultados na Tabela 61:

Tabela 61: Parâmetros Modelo 5 – Brasil

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâm. (correl.)	IC 90%		p
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
Intenção	<---	Estimul	0,223	0,054	0,103	0,326	0,115	0,055	0,168	**
Intenção	<---	Hedonismo	-0,071	0,048	-0,158	0,035	-0,041	-0,088	0,019	
Intenção	<---	Benevol	-0,146	0,074	-0,308	-0,013	-0,067	-0,141	-0,007	
Intenção	<---	Preserv	-0,04	0,049	-0,127	0,076	-0,029	-0,091	0,052	
Intenção	<---	Igual. Social	0,076	0,092	-0,101	0,266	0,039	-0,051	0,135	
Intenção	<---	Progredir Vida	-0,022	0,065	-0,161	0,111	-0,014	-0,107	0,073	
Intenção	<---	Reco. Real	-0,009	0,073	-0,159	0,147	-0,005	-0,08	0,075	
Intenção	<---	Poder	0,071	0,048	-0,035	0,157	0,052	-0,024	0,115	
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,021	0,039	-0,09	0,064	-0,014	-0,057	0,039	
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,046	0,036	-0,029	0,122	0,032	-0,018	0,084	
Intenção	<---	Auto Determ	-0,021	0,066	-0,164	0,111	-0,009	-0,071	0,047	
Intenção	<---	Atitudes	1,051	0,044	0,943	1,141	0,78	0,738	0,816	**
Intenção	<---	Normas Subj.	-0,044	0,043	-0,137	0,036	-0,022	-0,068	0,018	
Atitude	<---	Estimul	0,343	0,055	0,231	0,454	0,238	0,165	0,316	**
Atitude	<---	Hedonismo	-0,187	0,048	-0,296	-0,106	-0,143	-0,225	-0,083	**
Atitude	<---	Benevol	-0,172	0,085	-0,34	-0,015	-0,107	-0,212	-0,008	
Atitude	<---	Preserv	-0,022	0,052	-0,117	0,084	-0,021	-0,115	0,078	
Atitude	<---	Igual. Social	0,163	0,098	-0,042	0,359	0,113	-0,029	0,25	
Atitude	<---	Progredir Vida	0,042	0,071	-0,088	0,198	0,038	-0,08	0,177	
Atitude	<---	Reco. Real	-0,072	0,082	-0,232	0,076	-0,049	-0,158	0,053	
Atitude	<---	Poder	0,213	0,049	0,115	0,312	0,211	0,116	0,309	**
Atitude	<---	Bom Comp.	-0,157	0,04	-0,235	-0,081	-0,135	-0,206	-0,074	**
Atitude	<---	Seg. Nacion.	0,075	0,037	0,006	0,155	0,07	0,006	0,144	
Atitude	<---	Auto Determ	0,054	0,071	-0,084	0,199	0,032	-0,051	0,116	
Atitude	<---	Normas Subj.	0,452	0,048	0,35	0,54	0,31	0,239	0,366	**
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P2	<---	Atitude	Fixo = 1				0,848	0,813	0,868	
P3	<---	Atitude	0,92	0,029	0,858	0,988	0,772	0,728	0,797	
P4	<---	Atitude	1,039	0,03	0,975	1,104	0,839	0,806	0,856	
P5	<---	Atitude	1,281	0,038	1,202	1,37	0,882	0,856	0,899	
P6	<---	Normas Subj.	Fixo = 1				0,579	0,506	0,621	
P7	<---	Normas Subj.	1,218	0,069	1,071	1,393	0,892	0,844	0,927	
P8	<---	Normas Subj.	1,181	0,066	1,04	1,354	0,783	0,728	0,813	
P19	<---	Intenção	1,142	0,02	1,105	1,188	0,926	0,907	0,936	
P20	<---	Intenção	1,112	0,022	1,067	1,166	0,896	0,87	0,907	
P21	<---	Intenção	1,059	0,023	1,012	1,115	0,885	0,86	0,899	
P18	<---	Intenção	Fixo = 1				0,858	0,832	0,873	

IC - Baseado em 3.000 bootstraps ** - p < 0,01 , * p < 0,05

O modelo 5 apresentou bom poder preditivo, conseguindo explicar 66 % (61,5 a 68,7 % - IC 90 %) da intenção empreendedora e 26,4% da atitude (20,5% a 29,6% - IC 90 %), utilizando conjuntamente o modelo TAR e os valores humanos. Embora válido, a adição dos valores não apresentou melhoria em relação ao modelo TAR, mas explicou uma maior parte das atitudes em relação ao empreendedorismo.

Isto é o modelo não apresentou ganhos significativos de predição das intenções, mas permite entender melhor o principal antecedente da intenção empreendedora, que são as atitudes em relação ao empreendedorismo. Considerando a diversidade da amostra e a dificuldade de explicar atitudes, o resultado apresenta-se muito positivo, indicando ser válido utilizar os valores humanos para explicar mais de 26 % da atitude em relação ao empreendedorismo.

No entanto, o modelo apresenta efeitos diretos (valores em intenção e atitudes, e atitudes nas intenções), e também efeitos indiretos, que são importantes para entender a dinâmica entre valores e intenção empreendedora. Os efeitos direitos, indiretos e totais foram estimados para o modelo 5, com 3.000 bootstraps, e estão disponíveis nas Tabela 62 e Tabela 63:

Tabela 62: Efeitos Diretos, Indiretos e Totais Não Padronizados – Modelo 5

Efeitos Não Padronizados					
	Efeitos Diretos		Efeitos Indiretos	Efeitos Totais	
Efeito "----->"	Atitude	Intenção	Intenção	Atitude	Intenção
Normas Subj	0,463**	-0,042	0,48**	0,463**	0,438**
Poder	0,201**	0,07	0,208**	0,201**	0,278**
Hedonismo	-0,196**	-0,072	-0,203**	-0,196**	-0,275**
Autodeterminação	0,068	-0,005	0,071	0,068	0,066
Segurança/Ordem Nac.	0,071	0,039	0,073	0,071	0,113**
Bom Comportamento	-0,145**	-0,022	-0,15**	-0,145**	-0,172**
Progredir Vida	0,091	-0,013	0,094	0,091	0,08
Igualdade Social	0,12	0,081	0,124	0,12	0,204
Preservar Natureza	0,001	-0,045	0,001	0,001	-0,044
Benevolência	-0,149	-0,143	-0,154	-0,149	-0,297*
Estimulação	0,347**	0,231**	0,360	0,347**	0,591**
Reconhecimento Real.	-0,114	-0,022	-0,118	-0,114	-0,141
Atitudes Pessoais	0	1,036**	0	0	1,036**

Tabela 63: Efeitos Diretos, Indiretos e Totais Padronizados – Modelo 5

Efeitos Padronizados					
	Efeitos Diretos		Efeitos Indiretos	Efeitos Totais	
Efeito "----->"	Atitude	Intenção	Intenção	Atitudes	Intenção
Normas Subj	0,32**	-0,022	0,248**	0,32**	0,226**
Poder	0,198**	0,052	0,153**	0,198**	0,205**
Hedonismo	-0,149**	-0,041	-0,115**	-0,149**	-0,156**
Autodeterminação	0,041	-0,002	0,031	0,041	0,029
Segurança/Ordem Nac.	0,066	0,027	0,051	0,066	0,079*
Bom Comportamento	-0,124**	-0,014	-0,096**	-0,124**	-0,110**
Progredir Vida	0,081	-0,009	0,063	0,081	0,054
Igualdade Social	0,083	0,042	0,064	0,083	0,106
Preservar Natureza	0,001	-0,032	0,001	0,001	-0,031
Benevolência	-0,092	-0,066	-0,071	-0,092	-0,137*
Estimulação	0,241**	0,12**	0,186**	0,241**	0,306**
Reconhecimento Real.	-0,078	-0,011	-0,06	-0,078	-0,072
Atitudes Pessoais	0	0,774**	0	0	0,774**

Significância Calculada em 3.000 bootstraps **p<0,01 , * p<0,05

Uma das principais vantagens da utilização de modelagens de equações estruturais e *path analysis* é a possibilidade de verificar efeitos direitos, indiretos e totais. Verificar somente os efeitos diretos pode levar a falhas na análise, por desconsiderar das relações entre as variáveis preditoras. Por exemplo, as normas subjetivas (apoio social) embora tenha um coeficiente negativo e não significante para o efeito direto, apresentou significativo impacto na intenção empreendedora, mensurado através dos efeitos totais padronizados (0,226, p <0,001).

Para facilitar a compreensão dos efeitos encontrados, as correlações foram convertidas para distância padronizada média, também conhecido como d de Cohen ou *effect size (tamanho de efeito) Cohen(1998).* Para realizar a conversão a seguinte fórmula foi utilizada:

$$d = \frac{2r}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Onde d = Tamanho do Efeito e **r** – Coeficiente de Correlação

Cohen (1998) estabeleceu um guia para classificar de forma qualitativa o tamanho de efeitos, classificando os efeitos que podem ser triviais (menor que 0,2), pequenos, médios e grandes, conforme a Tabela 64:

Tabela 64: Tamanho de Efeito – Correlação e Cohen d

Medida de Associação	Tamanho de Efeito			
	Pequeno	Médio	Grande	Muito Grande
Cohen d	0,20	0,50	0,80	1,30
Correlação (r)	0,10	0,30	0,50	0,70

Fonte: Adaptado de Cohen (1998)

Embora os limites de classificação do tamanho do efeito sejam considerados consensuais dentro da academia, e da área de ciências sociais, é importante diferenciar o tamanho do efeito da sua importância. Um determinado efeito pode ter um tamanho consideravelmente grande sem ter uma importância prática, enquanto um efeito, mesmo pequeno, pode ser considerado uma importante contribuição, dependendo do campo de pesquisa e dos resultados obtidos anteriormente (Cohen, 1998). Os efeitos significativos, obtidos através do **Modelo 5**, estão disponíveis na Tabela 65:

Tabela 65: Tamanho dos Efeitos Encontrados – Modelo 5 – Brasil

Efeito "----->"	Efeitos Totais (r)		Efeitos Totais (d -Cohen)		Tamanho do Efeito (d - Cohen)	
	Atitudes	Intenção	Atitudes	Intenção	Atitudes	Intenção
Normas Subj	0,320	0,226	0,676	0,464	Médio/Grande	Médio
Poder	0,198	0,205	0,404	0,419	Pequeno/Médio	Médio
Hedonismo	-0,149	-0,156	-0,301	-0,316	Pequeno	Pequeno
Segurança/Ordem Nac.		0,079		0,158		Trivial
Bom Comportamento	-0,124	-0,110	-0,250	-0,221	Pequeno	Pequeno
Benevolência		-0,137	-	-0,277		Pequeno
Estimulação	0,241	0,306	0,497	0,643	Médio	Médio/Grande
Atitudes Pessoais		0,774		2,445		Muito Grande

Tamanho do Efeito

Trivial **Médio** **Muito Grande**

O maior efeito total sobre a intenção empreendedora foi das atitudes pessoais (r=0,774, d=2,445), seguido pela estimulação (r=0,306, d=0,643), normas subjetivas (r=0,226, d=0,464), poder (r=0,205, d=0,419), e hedonismo (efeito negativo r= -0,156, d=-0,316), benevolência (r=-0,137) e bom comportamento (r=-0,110) e segurança/ordem nacional (r=0,079).

As normas subjetivas juntamente com os valores de estimulação e poder com coeficientes positivos, enquanto o hedonismo e o bom comportamento tiveram efeito negativo e estiveram significativamente associadas a uma maior intenção empreendedora.

O efeito de segurança/ordem nacional embora significativo, pode ser considerado trivial. As atitudes foram predominantemente afetadas pelas normas subjetivas (apoio social), seguida dos valores de Estimulação, Poder, Hedonismo e Bom Comportamento (coeficiente negativo).

Em relação aos gêneros, o **Modelo 5,** foi utilizado para detectar diferenças entre as influências dos valores nas atitudes e intenção empreendedora entre homens e mulheres, utilizando a técnica de *multigroup analysis* presente no AMOS. O modelo com os dois grupos apresentou bom ajuste (χ^2=513,402 df=252, RMSEA=0,028 (0,025 a 0,032 – IC 90 %), GFI= 0,963, CFI = 0,957).

O percentual de explicação da variância das intenções foi diferente entre os grupos. O modelo apresentou um maior poder explicativo para o sexo masculino. Para os homens o modelo explicou 74,3% da intenção (IC 90 % - 70,4% - 82,9%), enquanto para o sexo feminino o modelo foi capaz de explicar 62,4% das intenções (IC 90 % - 59,4% a 70,1 %).

Já as atitudes foram igualmente explicadas para os dois gêneros. Para os homens a variância explicada foi de 30,9 % (IC 90 % - 26,0% a 46,4%), e para o sexo feminino 30,2% (IC 90 % - 25,6% a 40,4%) sendo estatisticamente equivalentes.

Os parâmetros foram estimados com 1.000 bootstraps para cada grupo, utilizando estimação ADF, e estão disponíveis na Tabela 66:

Tabela 66: Coeficientes do Modelo 5 – Comparação entre Gêneros

HOMENS									MULHERES								
Parâmetros			Coef. Não Padronizados			Coeficientes Padronizados				Parâmetros			Coef. Não Padronizados			Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	IC 90%		Correl.	IC 90%		p				Parâmetro	IC 90%		Correl.	IC 90%		p
				INF	SUP		INF	SUP						INF	SUP		INF	SUP	
Atitude	<---	Reco. Real	0,102	-0,226	0,385	0,069	-0,159	0,267	0,667	Atitude	<---	Reco. Real	-0,061	-0,282	0,193	-0,040	-0,184	0,128	0,765
Atitude	<---	Progredir Vida	-0,006	-0,308	0,270	-0,006	-0,273	0,237	0,871	Atitude	<---	Progredir Vida	-0,042	-0,295	0,136	-0,036	-0,249	0,115	0,576
Atitude	<---	Estimul	0,481	0,245	0,744	0,332	0,179	0,503	0,002	Atitude	<---	Estimul	0,280	0,108	0,459	0,184	0,069	0,293	0,010
Atitude	<---	Hedonismo	-0,284	-0,527	-0,093	-0,214	-0,425	-0,081	0,011	Atitude	<---	Hedonismo	-0,205	-0,362	-0,055	-0,153	-0,263	-0,047	0,017
Atitude	<---	Poder	0,212	-0,018	0,425	0,204	-0,010	0,406	0,113	Atitude	<---	Poder	0,221	0,060	0,385	0,211	0,066	0,373	0,017
Atitude	<---	Seg. Nacion.	0,113	-0,010	0,267	0,104	-0,006	0,259	0,122	Atitude	<---	Seg. Nacion.	0,080	-0,047	0,213	0,068	-0,037	0,180	0,282
Atitude	<---	Bom Comp.	-0,217	-0,386	-0,079	-0,195	-0,351	-0,072	0,008	Atitude	<---	Bom Comp.	-0,154	-0,305	-0,023	-0,119	-0,236	-0,021	0,058
Atitude	<---	Benevol	-0,336	-0,684	-0,056	-0,218	-0,425	-0,036	0,054	Atitude	<---	Benevol	-0,013	-0,271	0,289	-0,007	-0,153	0,152	0,973
Atitude	<---	Igual. Social	0,362	-0,020	0,692	0,265	-0,018	0,487	0,125	Atitude	<---	Igual. Social	-0,171	-0,491	0,144	-0,104	-0,291	0,085	0,376
Atitude	<---	Preserv	-0,053	-0,228	0,204	-0,052	-0,229	0,187	0,860	Atitude	<---	Preserv	0,083	-0,117	0,234	0,070	-0,098	0,194	0,556
Atitude	<---	Auto Determ	-0,126	-0,386	0,190	-0,073	-0,223	0,109	0,515	Atitude	<---	Auto Determ	0,276	0,053	0,515	0,157	0,040	0,289	0,032
Atitude	<---	Normas Subj.	0,492	0,317	0,663	0,362	0,220	0,478	0,002	Atitude	<---	Normas Subj.	0,486	0,332	0,612	0,341	0,217	0,435	0,007
Intenção	<---	Benevol	-0,140	-0,393	0,100	-0,069	-0,191	0,047	0,306	Intenção	<---	Benevol	0,012	-0,283	0,265	0,005	-0,123	0,116	0,985
Intenção	<---	Preserv	0,011	-0,141	0,220	0,008	-0,099	0,159	0,711	Intenção	<---	Preserv	-0,044	-0,188	0,137	-0,030	-0,127	0,085	0,717
Intenção	<---	Reco. Real	-0,173	-0,447	0,075	-0,089	-0,231	0,034	0,221	Intenção	<---	Reco. Real	-0,008	-0,244	0,202	-0,004	-0,123	0,102	0,868
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,087	-0,208	0,077	-0,059	-0,141	0,048	0,370	Intenção	<---	Bom Comp.	0,007	-0,096	0,135	0,005	-0,058	0,080	0,780
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,043	-0,117	0,156	0,030	-0,069	0,107	0,729	Intenção	<---	Seg. Nacion.	-0,020	-0,153	0,107	-0,014	-0,102	0,072	0,797
Intenção	<---	Auto Determ	0,003	-0,242	0,261	0,001	-0,103	0,110	0,970	Intenção	<---	Auto Determ	0,009	-0,231	0,189	0,004	-0,100	0,084	0,934
Intenção	<---	Atitude	1,073	0,856	1,203	0,811	0,714	0,870	0,015	Intenção	<---	Atitude	0,925	0,779	1,048	0,743	0,671	0,802	0,004
Intenção	<---	Normas Subj.	-0,115	-0,280	0,029	-0,064	-0,163	0,010	0,134	Intenção	<---	Normas Subj.	0,076	-0,060	0,197	0,043	-0,030	0,113	0,340
Intenção	<---	Estimul	0,296	0,034	0,529	0,155	0,023	0,274	0,045	Intenção	<---	Estimul	0,200	0,012	0,355	0,106	0,008	0,180	0,079
Intenção	<---	Hedonismo	-0,026	-0,201	0,248	-0,015	-0,110	0,139	0,944	Intenção	<---	Hedonismo	-0,112	-0,246	0,064	-0,067	-0,145	0,035	0,271
Intenção	<---	Poder	0,209	0,077	0,420	0,152	0,061	0,304	0,015	Intenção	<---	Poder	0,035	-0,137	0,159	0,027	-0,099	0,119	0,848
Intenção	<---	Igual. Social	0,072	-0,269	0,368	0,040	-0,147	0,198	0,758	Intenção	<---	Igual. Social	-0,006	-0,319	0,326	-0,003	-0,151	0,155	0,968
Intenção	<---	Progredir Vida	-0,115	-0,379	0,149	-0,077	-0,252	0,093	0,417	Intenção	<---	Progredir Vida	0,008	-0,165	0,254	0,006	-0,111	0,169	0,772
IC - Baseado em 1.000 bootstraps - Itens marcados com p<0,05										IC - Baseado em 1.000 bootstraps - Itens marcados com p<0,05									

Os coeficientes do **Modelo 5** estimado para homens e mulheres, indicam que os valores possuem papéis diferentes para homens e mulheres na explicação da atitude e intenção empreendedora. Para os homens o valor de estimulação, esteve diretamente relacionado a uma atitude empreendedora mais positiva, enquanto os valores de bom comportamento, hedonismo e benevolência embora estatisticamente relacionados, estiveram de forma inversa, ou seja, maiores escores nestas dimensões indicam uma atitude menos positiva em relação ao empreendedorismo. A intenção foi esteve diretamente relacionada à dimensões de estimulação e poder.

Já para as mulheres, além da estimulação, encontrada como preditor para os homens, outros valores estiveram associados a uma maior AE: os valores de poder e autodeterminação. Os valores que estiveram negativamente associados a AE foram o hedonismo, e bom comportamento. Nenhum valor esteve diretamente associado a IE para as mulheres.

Nos dois grupos o papel das atitudes mostrou-se o mais importante para a predição da intenção empreendedora (AJZEN, 1991). As normas sociais também estiveram positivamente associadas nos dois grupos. Estes relacionamentos foram equivalente nos dois grupos, ou seja uma atitude positiva em relação ao empreendedorismo é um importante preditor da intenção empreendedora, e o apoio social também auxilia o entendimento da intenção empreendedora, quanto maior o apoio (normas subjetivas), maior a intenção empreendedora.

Conforme realizado nas análises anteriores, procedeu-se a verificação dos efeitos diretos, indiretos e totais, para considerar os impactos e relações entre as variáveis de valores humanos, atitudes, normas sociais e intenções. Os efeitos foram convertidos para d de Cohen. Os resultados foram obtidos através de um bootstrap com 1.000 observações por grupo, e somente os efeitos totais e as variáveis com efeitos significativos são exibidas na Tabela 67:

Tabela 67: Efeitos Totais e Tamanho de Efeito – Modelo 5 – Comparação Gêneros

GÊNERO	Efeito "----->"	Efeitos Totais (r)		Efeitos Totais (d -Cohen)		Tamanho do Efeito (d - Cohen)	
		Atitudes	Intenção	Atitudes	Intenção	Atitudes	Intenção
MASCULINO	Normas Subj	0,362	0,230	0,777	0,473	Médio/Grande	Médio
	Poder	-	0,317	-	0,668		Médio/Grande
	Hedonismo	-0,214	-0,189	-0,438	-0,385	Médio	Pequeno/Médio
	Bom Comportamento	-0,195	-0,217	-0,398	-0,445	Pequeno/Médio	Médio
	Benevolência	-0,218	-0,245	-0,447	-0,505	Médio	Médio
	Estimulação	0,332	0,424	0,704	0,936	Médio/Grande	Grande
	Atitudes Pessoais	-	0,811		2,772		Muito Grande
FEMININO	Normas Subj	0,341	0,296	0,725	0,620	Médio/Grande	Médio
	Poder	0,211	0,184	0,432	0,374	Médio	Pequeno/Médio
	Hedonismo	-0,153	-0,180	-0,310	-0,366	Pequeno	Pequeno/Médio
	Autodeterminação	0,157	-	0,318	-		Pequeno
	Bom Comportamento	-0,119		-0,240	-		Pequeno
	Estimulação	0,184	0,243	0,374	0,501	Pequeno/Médio	Médio
	Atitudes Pessoais		0,743		2,220		Muito Grande

Tamanho do Efeito

Trivial Médio Muito Grande

Os resultados finais, que levaram em consideração os efeitos diretos, indiretos e totais, indicam que um complexo sistema de interação está presente para explicar o empreendedorismo, envolvendo efeitos indiretos. A análise indicou que embora os valores sejam basicamente os mesmos entre homens em mulheres (exceção da autodeterminação que foi um preditor importante para as mulheres, mas insignificante para os homens), a importância de cada um destes valores é diferente entre os dois grupos.

A estimulação foi o mais importante preditor da IE para os homens (excetuando as atitudes), tendo efeito considerado grande, enquanto para as mulheres o efeito foi médio, e as normas subjetivas tiveram um papel mais importante para o gênero feminino, com um impacto médio. O papel das normas subjetivas(NS) pareceu ter um papel mais importante para explicação da intenção nas mulheres, embora os efeitos para os dois gêneros tenham sido positivos e médios/grande.

A dimensão de poder apresentou efeitos médio/grande para os homens, enquanto o efeito foi pequeno/médio para as mulheres. Interessantemente o valor de poder não esteve correlacionado com a atitude (p-valor calculado através de bootstrap) para os homens, mas foi um preditor com efeitos médios/grandes na IE.

Outra diferença significativa encontrada foi na dimensão de benevolência e bom comportamento. Para o gênero masculino estes valores tiveram efeitos negativos de magnitude média na atitude e na intenção empreendedora, enquanto para as mulheres estes valores não tiveram um papel tão proeminente, sendo que somente valor relacionado ao bom comportamento apresentou efeitos negativos e pequenos na AE.

8. Conclusões

Os resultados obtidos através dos testes de comparação de média, análises de correlação, regressões múltiplas e modelagem de equações estruturais apoiaram a maioria das hipóteses definidas. Como em um estudo cientifico as hipóteses nunca são aceitas, mas sim mantidas ou rejeitadas, podemos falar somente em rejeição ou não das hipóteses. As hipóteses e os métodos utilizados para testá-las estão expostos no Quadro 27:

Quadro 27: Resultado das Hipóteses da Pesquisa

Hipóteses da pesquisa	Método	Resultado
H1: Existem relações estatisticamente significativas entre valores humanos, atitudes e intenção empreendedora.	Análise de Correlação/ Regressão/ Regressão/SEM	**Mantida**
H1a: Indivíduos que possuem maior escore na dimensões relacionadas à Abertura à mudanças (Estimulação e autodeterminação) possuem maior intenção empreendedora (IE) e atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo (AE).	Análise de Correlação / Regressão/SEM	**Mantida Parcialmente**
H1b: O Hedonismo está negativamente associado à IE e AE	Análise de Correlação/SEM Regressão	**Mantida**
H1c: Valores de Auto Melhoria (realização e poder) estão positivamente associados à IE e AE.	Análise de Correlação/SEM Regressão	**Mantida Parcialmente**
H1d:Valores de Conservadorismo (Segurança, Conformidade e Tradição) tem uma relação inversa com a IE e AE.	Análise de Correlação / Regressão/ SEM	**Rejeitada**
H1e: Os valores de Autotranscedência (Universalismo e Benevolência) não estão associados à IE e AE.	Análise de Correlação / Regressão/ SEM	**Rejeitada**
H2: Os estudantes nas regiões selecionadas apresentam diferenças nas dimensões de valores segundo modelo de Schwartz (2001)	ANOVA	**Mantida**
H3: Os estudantes nas regiões selecionadas apresentam diferenças em intenções, atitudes, percepção de controle e apoio social em relação ao empreendedorismo	ANOVA	**Mantida**
H4: O modelo de intenção empreendedora baseado na Teoria da Ação Planejada (incluindo percepção de controle) é superior ao modelo da Teoria da Ação Racional para predizer a intenção empreendedora	SEM	Rejeitada
H5: Os valores culturais, as atitudes, percepção de controle e apoio social em relação ao empreendedorismo podem predizer a intenção empreendedora	**Análise de Correlação / Regressão/ SEM**	**Mantida**

Os resultados do teste das hipóteses do estudo, as análises e considerações sobre cada uma das hipóteses estão disponíveis nos próximos itens.

8.1 Hipótese 1

H1: Existem relações estatisticamente significativas entre valores humanos, atitudes e intenção empreendedora.

A hipótese 1 foi mantida, isto é, os valores humanos estiveram estatisticamente correlacionados com a atitudes e a intenção empreendedora, embora o grau de associação e sua importância como preditor variou conforme a região estudada e a dimensão de valor. As análises de correlação, de regressão, e posteriormente a Modelagem de Equações Estruturais indicaram que os valores estão relacionados à atitudes em relação ao empreendedorismo e também a intenção empreendedora, embora com impactos diferentes.

Os valores também tiveram papéis diversos na predição de cada dimensão relacionada ao empreendedorismo, de acordo com a região pesquisada, embora alguns valores estiveram associados à AE e a IE em todas as amostras analisadas.

A análise de regressão múltiplas indicou que os valores de estimulação, hedonismo e poder estão mais relacionados à atitude e a intenção empreendedora quando a amostra foi analisada como um todo. Vale lembrar que alguns valores estiveram fortemente associados, como por exemplo, o poder e autodeterminação. No entanto, estas variáveis tendem a apresentar grande variância compartilhada, e mesmo que as duas variáveis possam ser importantes, as análises estatísticas tendem a selecionar apenas o preditor com maior contribuição.

É importante notar o sinal negativo da dimensão de hedonismo, indicando que a busca pura de sensações, de prazeres e diversão estão inversamente associadas a uma maior intenção empreendedora. Por outro lado, a busca por novidades, novas experiências, pelo novo, esteve associado a uma maior IE, indicando que os indivíduos que tem uma maior AE e IE, possuem um perfil de valores mais associados à abertura a mudanças (conforme nomenclatura de Schwartz(2001)), e também associados a dimensão de auto melhoria.

É importante notar a diferenciação teórica entre os constructos de hedonismo e de estimulação, pois embora próximos são distintos. O primeiro conceito é relacionado a busca de prazer e autogratificação, com diversão, aproveitar a vida e seus prazer, se mimar, enquanto o segundo está relacionado a busca de novidades, tomar riscos calculados, e ter uma vida com surpresas. Esta diferença mostrou-se clara para os estudantes, tanto que apresentou diferenças significativas no seu poder preditivo em relação as AE e também a IE.

Os valores de abertura a mudança, estão portanto mais relacionados à intenção empreendedora do que os outros valores. Estes resultados estão de acordo com grande parte dos estudos prévios, auxiliando também a definir com mais precisão o perfil de valores dos indivíduos com intenções empreendedoras.

A comparação de média entre os grupos indicou que os alunos que apresentam maior intenção empreendedora (quartil superior), apresentaram escore significantemente mais elevados nos valores de Estimulação, desejo de progredir na vida, busca de reconhecimento das realizações, poder e autodeterminação. A análise também indicou que os homens estão mais presentes no grupo de maior intenção empreendedora.

A intenção e atitude empreendedora também estiveram negativamente associadas a dimensões de conformidade, tradição, universalismo e hedonismo. Esta associação foi em geral negativa, com alguns casos alcançando significância estatística, e em outros não, devido a utilização de bootstrap e intervalos de confiança estritos, para garantir uma maior precisão dos coeficientes informados.

Supõe-se que em maiores amostras e outras replicações todos estes valores (universalismo, hedonismo, conformidade, tradição, segurança) estarão inversamente associados a uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo e por consequência a uma intenção empreendedora.

As diferenças regionais encontradas podem fornecer indicativos sobre a natureza das relações entre valores humanos e intenções empreendedoras, e também auxiliar a entender quais os motivos que levam os indivíduos a se tornar empreendedores nas diferentes regiões. O entendimento mais especifico de quais valores tem um impacto na intenção empreendedora é de grande importância e foi testado nas próximas hipóteses.

8.2 Hipótese 2

H2: Os estudantes nas regiões selecionadas apresentam diferenças nas dimensões de valores segundo modelo de Schwartz (2001)

A hipótese 2 foi mantida, isto é os valores humanos foram significativamente diferentes entre as regiões brasileiras. Estes resultados estão de acordo também com os estudos de Hofstede (2010) que apontam que o Brasil pode ser divido em subculturas, devido à grande diversidade cultural e dimensão territorial do país.

Em relação aos valores humanos, as regiões apresentaram diferenças significativas na maior parte dos valores. Somente as dimensões de estimulação, bom comportamento e autodeterminação as médias não foram estatisticamente diferentes ao nível de significância de 0,05. Os resultados corroboram pesquisas anteriores que indicam que as regiões brasileiras apresentam diferenças culturais, que podem estar presentes devido a processos diversos de colonização e de composição das respectivas matrizes culturais, condições econômicas, sociais e inúmeros outros fatores.

Esta diferença encontrada implica que pesquisas que tenham como objetivo estudar os valores brasileiros, ou obter resultados generalizáveis para a população brasileira devem incluir participantes de todas as regiões, devido à grande heterogeneidade de valores observada entre as regiões brasileiras.

Além disso, no caso específico do empreendedorismo, e do ponto de vista prático, as iniciativas que objetivam fomentar o empreendedorismo, devem levar em consideração a diferença entre os valores humanos em cada região brasileira. Estas inciativas também devem levar em conta os padrões de relacionamento dos valores humanos com a intenção empreendedora, que mostrou ser diverso para cada uma das regiões.

Por exemplo, no Distrito Federal o valor mais associado ao empreendedorismo foi progredir na vida. Assim, um programa de incentivo ao empreendedorismo nesta região, deveria através de iniciativas de informação e formação, destacar as vantagens e possibilidades de melhoria de condição social para estes alunos, tornando o empreendedorismo mais atrativo, isto é, tornando a atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo, enquanto para outras regiões o foco pode deve se nos valores mais associados ao empreendedorismo.

Por exemplo, se os valores mais associados a IE para uma determinada região fossem a estimulação e o poder, dever-se-ia destacar a novidade, os novos desafios, a falta de rotina, a possibilidade de liderar pessoas, de estar no comando, entre outras vantagens quando um indivíduo se torna empreendedor, considerando que estas dimensões estão mais associadas à IE nestas regiões. Estas informações podem se transformar em crenças e afetar a atitude em relação ao empreendedorismo, tornando-a mais positiva, e por consequência aumentando a intenção empreendedora dos estudantes.

Em relação as diferenças entre as médias, cabe destacar a grande importância dada aos valores de benevolência, igualdade social e preservação da natureza na Região Norte, e uma menor importância relativa aos valores relacionados a estimulação, hedonismo, poder e progredir na vida.

A região Sul, obteve altos escores na dimensões de poder, reconhecimento de realizações, estimulação e hedonismo, embora tenha apresentado os menores escores em benevolência, e segurança/ordem nacional e preservação da natureza. A região Centro-Oeste apresentou escores altos nas dimensões de reconhecimento e realizações, hedonismo e progredir na vida.

A região Sudeste apresentou resultados escores médios inferiores nas dimensões de segurança, reconhecimento das realizações e poder, embora tenha resultados altos em hedonismo, estimulação e preservação da natureza.

Infelizmente não foi possível calcular escores da escala de valores humanos para a amostra cabo-verdiana, por dificuldades nos testes de validade configural da escala de valores humanos. Isto significa que os valores nesta amostra não apresentaram estrutura comparável à da amostra brasileira. Estas dificuldades podem estar associados a uma pequena amostra, ou a dificuldade no uso da escala ou mesmo dificuldade de entendimento dos itens.

Como os fatores apresentaram correlações muito altas entre si, talvez a estrutura de valores na amostra cabo-verdiana possa ser explicada por um número reduzido de fatores, como por exemplo os fatores de segunda ordem propostos por Schwartz(2001): Abertura a Mudanças, Autotranscedência, Conservadorismo e Auto Melhoria. No entanto, como o objetivo da presente pesquisa foi utilizar as dez dimensões de valores humanos, a comparação não foi possível, pelo fato dos conceitos de valor possuírem interpretações diversas na amostra cabo-verdiana.

8.3 Hipótese 3

H3: Os estudantes nas regiões selecionadas apresentam diferenças nas intenções, atitudes, percepção de controle e apoio social em relação ao empreendedorismo

A hipótese 3 foi mantida. Isto é, os estudantes das regiões estudadas apresentaram diferenças significativas na atitude em relação ao empreendedorismo, intenções empreendedoras, percepção de controle e apoio social percebido (normas subjetivas) indicando variações regionais nas amostras. A hipótese foi testada através de testes de comparação de médias dos constructos, realizada no item "Comparações entre grupos"

Os resultados indicaram diferenças significativas em todas as variáveis do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán & Chen (2009) (Intenção $F=12,976$ - $p<0,001$; Percepção de Controle $F= 12,129$ - $p<0,001$; Apoio Social $F=80,245$ - $p<0,001$; Atitude $F=7,451$ - $p<0,001$). Entre os resultados mais importante destacam-se os resultados da região Centro-Oeste que apresentou a menor média de IE de todas as regiões pesquisadas. O mesmo ocorreu em relação à atitude em relação ao empreendedorismo. A média da escala de normas subjetivas, indicou que são iguais para todas as regiões brasileiras, com exceção de Cabo Verde, que apresentou uma média superior.

No entanto, o constructo que apresentou a maior variação foi a percepção sobre controle do comportamento (PCC). As regiões Centro-Oeste e Cabo Verde obtiveram as menores médias nesta variável. As regiões Sul, Sudeste e Nordeste tiveram as maiores médias, indicando que os alunos nestas regiões consideram que tem mais controle sobre a decisão de se tornar empreendedores.

A análise dos parâmetros do Modelo SEM 1 (pg. 302) indicou que embora diferenças estatísticas entre as médias de AI, PCC, NS e IE na comparação por regiões estivessem presentes, os modelos puderam predizer a IE com poder equivalente em todas as regiões, variando de 60,6% em Cabo Verde a 76% no Centro-Oeste.

Os coeficientes padronizados também indicaram que o efeito das atitudes, normas subjetivas e percepção de controle sobre o comportamento nas intenções empreendedoras foram estatisticamente iguais para as regiões Centro-Oeste, Sul, Sudeste e Nordeste. O efeito das atitudes foi estatisticamente igual para todas as regiões (variando entre 0,682 para o Sudeste e

0,746 para o Nordeste), mais uma vez evidenciando que as atitudes são os melhores preditores da intenção empreendedora.

No entanto, o papel das normas subjetivas apresentou a diferença mais pronunciada entre as regiões. Em Cabo Verde e na Região Norte, uma maior apoio social ao empreendedorismo esteve associado à uma menor intenção empreendedora (r=-0,365 para Cabo Verde e r=-0,201 para a Região Norte). As relações negativas encontradas nestas regiões devem ser melhor estudadas para verificar a sua natureza e os motivos que levam a esta associação encontrada.

As outras regiões apresentaram coeficientes estatisticamente iguais a zero. Estes achados corroboram a posição de Liñán & Chen (2009) ao indicar que grande parte das pesquisas não encontraram relações significativas entre a intenção e as normas subjetivas para uma série de comportamentos, e nos casos onde são encontradas, estas diferenças tendem a ser pequenas ou triviais.

Além do escore das escalas, outras análises indicaram diferenças significativa entre os grupos em relação ao empreendedorismo. No que tange a expectativa dos estudantes ao terminar o curso universitário, houve uma diferença estatisticamente significante: as Regiões Sul, Cabo Verde e Nordeste apresentaram maior proporção de alunos que gostariam de se tornar empreendedores, enquanto as regiões Sudeste, Norte e Cento Oeste apresentaram menor proporção de estudantes com esta aspiração de carreira.

8.4 Hipótese 4

H4: O modelo de intenção empreendedora baseado na Teoria da Ação Planejada (incluindo percepção de controle) é superior ao modelo da Teoria da Ação Racional para predizer a intenção empreendedora

A hipótese 4 foi rejeitada. O modelo que utilizou a TAR – Teoria da Ação Refletida com os componentes de atitudes e normas subjetivas para predizer a intenção empreendedora foi superior ao modelo de TCP – Teoria do Comportamento Planejado, que adiciona a percepção de controle sobre o comportamento, contrariando a hipótese inicial da pesquisa.

Os resultados do teste de hipótese podem ser considerados robustos, pois a hipótese foi rejeitada na amostra como um todo, mas também em todas as regiões brasileiras e em Cabo Verde, indicando uma alta capacidade do modelo TAR de explicar a intenção empreendedora, com apenas uma pequena diminuição do poder preditivo (média 4,3%) quando a dimensão de PCC foi retirada. No entanto o modelo conceitual TAR é mais simples, além de possibilitar o uso de uma escala mais compacta para mensurar e explicar a IE.

O resultado aparece como um importante achado, já que vários estudos têm indicado que a TCP, ao incluir o componente de percepção de controle de comportamento, apresenta poder preditivo superior a uma série de comportamentos, como por exemplo os estudos de Oslon e Zanna (1993), Ajzen (1991), Godin e Kok (1996) e Manstead (2001).

No entanto, segundo o criador da Teoria do Comportamento Planejado, Ajzen, a TCP foi desenvolvida como uma extensão da TAR, para comportamentos nos quais as pessoas podem ter uma atitude positiva, mas não acreditarem que possuem a capacidade de executar um dado comportamento. No caso de comportamentos que sejam voluntários, e nos quais os indivíduos acreditem que possuem capacidade de realizar o comportamento, o componente de percepção de controle sobre o comportamento tende a ser irrelevante e a TCP torna-se um caso específico da TAR.

Finalmente, outro requisito para que a PCC tenha um bom poder preditivo é que a sua percepção seja precisa, ou seja, deve representar o controle real que se tem sobre o comportamento. Isto implica que o indivíduo deve ser capaz de identificar se realmente tem capacidade para executar este comportamento (no caso abrir uma empresa) de forma precisa.

Assim, a percepção do controle somente pode auxiliar na predição do comportamento se o indivíduo possui experiência suficiente para distinguir se conta ou não com um controle efetivo sobre o comportamento (AJZEN, 1991). Por isso, outra hipótese para a pequena adição de poder preditivo pela PCC, é de que a percepção de controle apresentada pelos estudantes pode não ser correspondente ao real controle que possuem sobre o comportamento de empreender, incluindo a sua capacidade e conhecimentos necessários para iniciar uma empresa.

Adicionalmente, Ajzen(1991) indica que outros fatores influenciam o poder preditivo da PCC. A magnitude desta relação depende do tipo de comportamento e da natureza da situação, pois quando atitudes são fortes ou as normas sociais tem um papel determinante, a PCC pode adicionar pouco a explicação da relação entre atitudes, intenção e comportamento.

Portanto, os resultados encontrados não indicam que a PCC é irrelevante no contexto de predição da atividade empreendedora. O modelo de Ajzen (1991) indica que a PCC tem impacto na intenção e também no comportamento. Embora o modelo TAR e TCP tenham estatisticamente o mesmo poder preditivo (dentro do intervalo de confiança de 90%), a predição adicional da intenção alcançada pela adição do PCC pode ser importante em alguns contextos, grupos ou aplicações que tenham como objetivo a maximização do poder preditivo (versus parcimônia do modelo).

8.5 Hipótese 5

H5: Os valores culturais, as atitudes, percepção de controle e apoio social em relação ao empreendedorismo podem predizer a intenção empreendedora

A última hipótese da pesquisa foi mantida. Os valores culturais e as atitudes foram preditores significativos da intenção empreendedora, embora o papel da percepção de controle sobre o comportamento (incluído na TCP) não tenha apresentado melhora significativa na explicação da intenção empreendedora. O modelo TAR mostrou ser mais eficiente (mais parcimonioso e apresentando poder preditivo equivalente).

Adicionalmente, conforme discutido anteriormente na hipótese 1, alguns valores estiveram mais associados à intenção empreendedora, enquanto outros tiveram papel mais reduzido, ou não mesmo não significativo estatisticamente. A Modelagem de Equações Estruturais desempenhou um papel importante neste sentido, ao identificar quais valores influenciavam a intenção empreendedora, que parece ocorrer através de um sistema complexo de interações, efeitos diretos e indiretos.

O uso de regressões lineares, embora comumente empregado em estudos na área de ciências sociais, apresenta limitações que foram adequadamente sobrepujadas com o uso da técnica SEM. Neste sentido, os efeitos dos valores na intenção parecem ser os mais importantes, e através de seu impacto nas atitudes os valores acabam por influenciar indiretamente a intenção empreendedora dos estudantes.

As atitudes foram indiscutivelmente os melhores preditores das intenções empreendedoras. Os resultados estão consistentes com os extensos trabalhos de Fisbhein e Ajzen(1975), Azjen(2001), Fishbein e Ajzen(2011), que indicam que as atitudes são os melhores preditores das intenções, que por sua vez predizem satisfatoriamente o comportamento, desde que certas condições sejam presentes (FAZIO,1990; AJZEN,2011).

No entanto, os valores também tiveram importante papel explicativo no modelo. O desempenho preditivo dos valores humanos, embora ofuscado pela superioridade estatística da predição da intenção utilizando as atitudes, têm um papel duplamente importante para entender a intenção empreendedora: predição direta e predição do mais importante antecedente da intenção: as atitudes.

O primeiro papel, o de predição direta das atitudes, pode ser constatado no modelo 4 que não utilizou as atitudes pessoais. O modelo conseguiu explicar aproximadamente 16 % da variação das intenções empreendedoras, o que é uma explicação razoável para um fenômeno tão complexo como a intenção empreendedora. Vale destacar que o uso de apenas alguns valores que foram detectados como preditores significativos (por exemplo: estimulação, poder, hedonismo, benevolência) poderia aumentar o poder explicativo do modelo, ao passo que diminuiria a complexidade do modelo, criando um modelo mais eficiente.

Contudo, o modelo criado não teve como objetivo maximizar o poder preditivo, mas sim testar relações entre as variáveis, assim este teste não foi realizado. No entanto em pesquisas futuras, pode-se retirar os preditores não associados ao empreendedorismo para criar um modelo de predição de atitudes e intenções com um número reduzido de valores humanos, ou agrega-los em fatores de segundo nível conforme Schwartz(2001).

O segundo papel, talvez mais importante, refere-se ao uso de valores como antecedentes das atitudes, pois permite verificar quais valores estão associados a uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo, que comprovadamente traduz-se em uma intenção maior de se tornar um empreendedor futuramente.

Neste contexto, as normas subjetivas apresentaram um papel importante, estando positivamente associadas a atitude pessoal em relação ao empreendedorismo. Embora os efeitos diretos tenham sido negativos (marginalmente), os efeitos totais indicam que as normas subjetivas foram importantes preditores da intenção empreendedora e das atitudes.

Três valores podem ser considerados como os com maior impacto na AE e na IE: **Estimulação**, **Poder** e **Hedonismo**. O valor de estimulação, mensurado por itens como “importante fazer coisas diferentes na vida” e “gosto por risco” foi o preditor mais fortemente associado à intenção empreendedora (r=0,306; d=0,643) com um efeito que pode ser considerado entre médio e grande, e o segundo mais associado à AE (r=0,241) O valor de poder, com itens “estar no comando é importante” e “gostar de liderar” esteve diretamente associado à AE (r=0,198; d=0,404) e a IE (0,205; d=0,419) podendo ser considerado um efeito com tamanho entre pequeno a médio.

Finalmente, o Hedonismo, embora também associado à AE e IE, esteve de forma negativa, indicando que uma preferência por valores relacionados ao hedonismo diminuem ou estão

associados a uma menor AE e IE. Outros valores também tiveram papel na predição das intenções empreendedora, embora em menor grau, A dimensão de segurança apresentou efeitos significativos, embora triviais (d=0,158) na IE. A interferência deste valor na IE pode estar associada à "preservação da ordem nacional", e o desejo por uma estrutura institucional mais segura e propicia para investimentos e atividades empreendedoras.

As dimensões de Benevolência e Bom Comportamento também apresentaram efeitos significativos, embora pequenos na IE e na AE. No entanto este efeito foi negativo para estes dois valores. Indicando que quanto mais importantes estes valores, menor a IE e a AE. Uma análise sobre a definição e o conteúdo destas valores ajuda a explicar a associação encontrada. Segundo Schwartz(2009) os valores de conformidade (onde está incluído o bom comportamento) tem como motivação principal evitar ações, inclinações e impulsos que possam perturbar ou prejudicar os outros e violar normas ou expectativas sociais.

Esta definição é contrária a definição frequentemente encontrada do empreendedor como agente de mudanças, e que promove a "destruição criativa" conforme defende Schumpeter (1934). Este desequilíbrio necessário ao empreendedor e fundamental ao desenvolvimento econômico (Cohen, 2000) está diametralmente oposto a valores de Conservação, que objetivam a manutenção do *status quo*, e a criação do menor número de rupturas possível.

Apesar das diferenças entre os valores entre as regiões, alguns valores foram importantes preditores em todas as regiões, ou praticamente todas as regiões. Esta constatação foi realizada através da estimação do **Modelo 4** para as diferentes regiões. Assim, pode-se falar em valores que são "universalmente" relacionados a uma maior intenção empreendedora, enquanto outros somente tem poder preditivos em algumas regiões.

Isto parece indicar que de certa forma diferentes valores podem "mover" os empreendedores nas diferentes regiões pesquisadas. No entanto, embora estas diferenças tenham sido presentes e as regiões apresentaram relacionamento diferente entre valores e intenção empreendedora, todas as regiões apresentaram os valores de **Estimulação** e **Hedonismo** (com papel negativo) como um dos principiais (se não o principal) valor relacionado ao empreendedorismo.

Ou seja, o fato de buscar novas coisas na vida, gostar de se arriscar e estar aberto a surpresas (itens relacionados à Estimulação) foi o fator comum entre as regiões para explicar a intenção empreendedora, o que nos possibilita afirmar que este seria um valor preponderante para

despertar a intenção empreendedora. Enquanto a busca de novas sensações e divertimento, parecem estar desassociadas a um maior empreendedorismo. Estes resultados podem estar associados ao fato que normalmente o indivíduo empreendedor tem que correr riscos e trabalhar mais horas que os não empreendedores, para uma recompensa futura incerta, abdicando de diversão e outros prazeres no curto prazo, o que normalmente não é típico de indivíduos com valores mais hedonistas. Estes indivíduos tendem a preferir uma carreira que lhes forneça mais oportunidades de diversão e de aproveitar a vida, o que parece mais difícil ao escolher uma carreira empreendedora que deve investir recursos e tempo que poderiam estar sendo utilizados na execução de atividades mais prazerosas.

Em relação a diferença entre o impacto dos valores nas diferentes regiões, a dimensão de estimulação foi o único valor que apareceu como um importante preditor da intenção e da atitude em relação ao empreendedorismo.

O hedonismo também apareceu como importante preditor em quatro das cinco regiões brasileiras, e todas com a mesma relação negativa, indicando um maior nível de hedonismo estaria associado a uma menor IE.

Outro importante preditor na amostra brasileira foi o valor Poder, composto pelos itens “estar no comando é importante para ela” e “gostar de liderar”. Esta dimensão esteve estatisticamente associada à intenção empreendedora. Quanto maior o escore na dimensão de poder, maior a intenção empreendedora na amostra como um todo.

Em termos práticos, estes achados indicam possíveis pontos de atuação para promover o empreendedorismo nas diferentes culturas ou regiões brasileiras. Como as atitudes foram importantes preditores das intenções empreendedoras, e estas também foram influenciadas pelos valores, os resultados indicam que uma mudança nas atitudes ou nos valores pode, em teoria, alterar a intenção empreendedora.

No entanto, Hofstede (2011) indica que os valores de uma cultura, tendem a ser extremamente estáveis. Embora alguns autores argumentem que com a modernização das sociedades, e avanços tecnológicos as culturas tendam a se tornar cada vez mais homogêneas, Hofstede (*op.cit*, p.22) afirma que não há a “menor prova” que este fenômeno esteja ocorrendo, pois as mudanças tecnológicas recentes podem mesmo aumentar as diferenças entre as culturas, pois cada cultura tem uma maneira própria de lidar com as mudanças e a modernização.

Assim, uma mudança de cultura substancial pode levar um longo período de tempo, ou acontecimentos extremamente dramáticos. Hosftede (*op.cit*) estima que para que as dimensões de cultura de seu modelo, ou os resultados já obtidos se tornem obsoletos, necessita-se de 50 ou mesmo 100 anos, pois muitas diferenças culturais presentes no fim do século XX já podiam ser observadas nos anos 1900, 1800, 1700, e em alguns casos antes disso. Os próprios valores e traços associados à cultura brasileira remontam ao processo de colonização e outros eventos que ocorreram durante os últimos cinco séculos de história do Brasil.

Como os valores são a parte central e definem uma cultura, não existe sentido em recomendar que os estudantes tenham valores menos universalistas ou hedonistas, por exemplo. Desta forma, constata-se que mudanças nos valores culturais com um viés instrumental é impraticável e provavelmente ineficaz. Assim, as atitudes devem ser o foco de quaisquer iniciativas que visem fomentar o empreendedorismo, principalmente entre os jovens, através do estabelecimento de crenças sobre as consequências positivas da atividade empreendedora, além de crenças de controle ou de capacidade de se tornar empreendedor.

Ajzen (1991) afirma que as crenças são formadas quando associamos alguns atributos aos objetos, e também em relação aos resultados esperados, podendo ser formadas pela experiência direta ou indireta, a observação e por outros métodos cognitivos. Havendo então a possibilidade de serem ensinadas durante a formação dos estudantes.

As crenças comportamentais sobre o empreendedorismo podem ser desenvolvidas de forma customizada para cada região segundo o seu perfil de valores, e o padrão de associação dos valores com a intenção empreendedora. Por exemplo, nas regiões onde o poder foi o valor mais associado ao empreendedorismo, a possibilidade de ser um líder, de tomar a frente dos processos de uma empresa e de ter controle sobre uma organização, devem ser destacados na comunicação e em programas de incentivo ao empreendedorismo.

As crenças sobre o controle do comportamento também impactam a atitude, estas crenças refletem a dificuldade percebida de se realizar o comportamento considerado. No caso da empreendedorismo, uma maior percepção de controle está associada a atitudes mais positivas em relação ao empreendedorismo. Estas crenças sobre o controle podem ser efetivamente estabelecidas, através de treinamento e capacitação dos universitários para que se sintam capazes de iniciar uma empresa, se assim o desejarem. Com esta confiança adicional, tendem também a ter uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo.

8.6 Outras Conclusões e Achados

Embora não definidas formalmente como hipóteses do presente estudo, outra informações coletadas e analisadas durante a condução da pesquisa geraram resultados adicionais que por sua relevância prática e teórica merecem ser mencionados.

Houve uma diferença estatisticamente significativa entre os gêneros, indicando que as mulheres da amostra apresentam menor intenção empreendedora, atitude pessoal menos positiva em relação ao empreendedorismo e menor percepção de capacidade iniciar uma empresa, embora indiquem possuir níveis semelhantes de apoio social (normas subjetivas).

Este achado vai de encontro a outras pesquisas e ajuda a explicar as estatísticas que indicam que a maioria dos empreendedores é composta por homens. De acordo com Ajzen(1991) as intenções são os melhores preditores do comportamento, assim sendo, como a intenção do grupo feminino é menor, tendem a criar menos empresas que os homens.

No entanto, embora algumas hipóteses podem ser propostas, uma investigação futura poderia determinar se a razão destas diferenças está relacionada a presença de valores ditos "masculinos" ou "femininos". Hofstede(2010) aponta que alguns valores seriam mais "típicos" ou associados ao gênero masculino, enquanto outros seriam mais associados ao gênero feminino, desta diferenciação surgiu a dimensão de masculinidade e feminilidade.

Os valores encontrados na amostra masculina e feminina foram marcadamente diferentes. Os homens apresentaram maiores escores nas dimensões de poder, reconhecimento de realizações, progredir na vida e estimulação, enquanto as mulheres tiveram maiores escores nas dimensões de igualdade social, proteção à natureza e benevolência, de acordo com a teoria de Hofstede.

O apoio social para ser empreendedor parece ser igual para os dois gêneros, indicando que a abordagem deve ser mais pragmática, identificando quais fatores ligados ao empreendedorismo que não são valorizados pelas mulheres, além e incluir formação específica para o gênero feminino, para diminuir o gap entre intenção empreendedora, e consequentemente entre o quantitativo de empreendedores homens e mulheres.

Diferenças entre o impacto dos valores entre homens e mulheres foram detectados. O modelo parece predizer melhor a intenção empreendedora nos indivíduos do sexo masculino. As atitudes foram igualmente preditas nos dois grupos pelos valores, e tiveram também o maior

efeito na intenção empreendedora (ver Tabela 67, p.324). Os valores associados a intenção em cada gênero parecem ser semelhantes, embora com impactos diversos.

Para a amostra masculina os valores estimulação e poder parecem ter um efeito mais pronunciado para os homens, estando mais relacionado à IE. Para as mulheres, embora estas duas dimensões tenham sido importantes, as normas subjetivas tiveram o maior efeito, seguidos pela estimulação e o poder. A autodeterminação apresentou efeito positivo para as mulheres, enquanto o efeito não foi encontrado para a amostra masculina.

Do ponto de vista prático, este resultado mostra uma oportunidade para atuar junto às alunas, para que este grupo se sinta mais capaz e com mais conhecimento de como abrir uma empresa (aumento da percepção de controle), e tenha uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo (atitude pessoal), desenvolvendo assim uma maior intenção empreendedora, que possa futuramente pode transformar-se em uma maior taxa de empreendedoras. Além disso, como os valores podem influenciar os gêneros de forma distinta, é possível realizar programas de incentivo levando em consideração tal diferença entre o impacto dos valores para cada gênero.

A comparação entre escores dos valores e a opção de carreira após o curso indicou que os estudantes que tem como objetivo ser empreendedores apresentam diferenças significativas, em especial quando comparados com o grupo que tem como objetivo de se tornar funcionário público após o término do curso de graduação. O único valor que não apresentou diferenças significativas entre os três grupos foi o valor de benevolência.

As opções ou expectativas de carreira após o término do curso universitário apresentaram diferença em todas as dimensões de valores humanos, com exceção de benevolência (diferença não significativa). Em geral, os alunos que indicaram ter como objetivo ser funcionário público apresentaram menor escore nas dimensões de estimulação, hedonismo, poder, reconhecimento de realizações, auto realização e progredir na vida, apresentando escores mais elevados nas dimensões de segurança, preservação da natureza e igualdade social.

Os estudantes que afirmaram ter como objetivo serem funcionários da iniciativa privada, apresentaram resultados intermediários entre os que desejam ser funcionários públicos e os que desejam ser empreendedores.

Ainda em relação ao curso superior, é necessária uma investigação mais aprofundada para entender os motivos que levaram os estudantes consultados a apresentar uma maior intenção empreendedora e atitudes mais positivas nos períodos iniciais, com uma sensível diminuição ao fim do curso.

A percepção sobre a capacidade de abrir uma empresa também não variou durante a formação universitária, o que indica que os alunos não aumentam a sua percepção sobre sua capacidade de iniciar uma empresa a medida que chegam mais perto de completar os estudos universitários.

Este achado está de certa forma relacionado ao fato de que os alunos que realizaram cursos extracurriculares ou que cursaram disciplina de empreendedorismo durante a graduação reportaram atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo e também uma intenção empreendedora significativamente superior.

É importante notar que devido à natureza da coleta de dados, não se pode definir direcionalidade entre as variáveis, isto é o efeito contrário pode estar presente, ou seja, os indivíduos com atitudes mais positivas em relação ao empreendedorismo podem ter maior interesse e cursar disciplinas relacionadas ao empreendedorismo

No entanto, a presença de disciplinas sobre empreendedorismo tanto do ponto de vista teórico, quanto prático, incluindo criação de planos de negócio e detalhes práticos, pode sem dúvida melhorar a capacidade e também a intenção empreendedora dos alunos.

A presença de parentes empreendedores parece ter um impacto positivo nos estudantes, pois os que possuem parentes ou amigos empreendedores tendem a ter uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo e também a uma maior intenção empreendedora, indicando uma interessante influência do meio social para o empreendedorismo, este efeito parece maior quando existem mais de uma pessoa conhecida que seja empreendedor.

Outra descoberta importante foi o perfil dos alunos da região Centro-Oeste, que se mostrou diferente do resto do país, provavelmente devido ao Distrito Federal e a grande quantidade de cargos públicos e com remuneração bem superior ao restante do país, acaba por influenciar os alunos a seguirem uma carreira pública ao invés de optarem por serem empreendedores. Esta tendência deve ser melhor investigada, e ações governamentais devem ser planejadas fomentar o empreendedorismo nos jovens desta região.

9. Limitações e Recomendações para Pesquisas Futuras

Qualquer pesquisa científica apresenta limitações de escopo, abrangência, representatividade, disponibilidade de recursos humanos e financeiros. Ademais, a explicação do empreendedorismo é um fenômeno complexo sobre o qual incidem inúmeras variáveis. Considerando as limitações de tempo, recursos e necessidade de delimitação de uma pesquisa, o presente estudo apresentou como objetivo verificar somente o impacto dos valores humanos na atitude e na intenção empreendedora.

Por isso, recomenda-se que pesquisas futuras avancem e busquem entender o papel das intenções para prever o empreendedorismo. As intenções, embora importantes para entender os comportamentos, podem muitas vezes não se transformar efetivamente na criação de novas empresas. Um desenho de pesquisa longitudinal, usando campos chave como o CPF, número de identidade, e-mail, ou outra forma de contato pode ser utilizado para verificar se após um certo tempo, as atitudes e intenções realmente se traduzem em um comportamento empreendedor, e assim determinar outros fatores que possam atuar como preditores da atividade empreendedora.

Em relação a amostra, embora o presente estudo tenha utilizado uma amostra de tamanho considerado grande e coletada nas cinco regiões Brasileiras e em Cabo Verde, não foi utilizada uma amostra probabilística, isto é cada aluno brasileiro ou cabo-verdiano não contou com a mesma probabilidade de ser selecionado para participar nesta pesquisa, por isso os resultados obtidos não são extrapoláveis para a população Brasileira e Cabo Verdiana, no sentido estatístico.

Além disso, a técnica de coleta de dados possui algumas limitações. Embora a aplicação de questionários seja um método econômico e eficaz para recolher respostas sobre uma grande quantidade de dados, as questões são pré-definidas e não permitem entender a fundo questões de natureza “porquê”. Pesquisas qualitativas devem ser executadas para entender motivos da relação encontrada entre as variáveis estudadas e também outros fatores que possam influenciar as atitudes e intenções empreendedoras.

Outra limitação potencial está relacionada à desejabilidade social do comportamento empreendedor. Como o empreendedorismo é uma prática cada vez mais valorizada, os respondentes podem estar inclinados a reportar uma atitude mais positiva, ou uma maior intenção do que realmente possuem. Segundo Armitage e Conner (2001), pesquisas

comportamentais utilizando os modelos da TAR e TCP, tendem a utilizar auto respostas sobre as atitudes e intenções, embora estes dados possam ser enviesados por fatores como a tendência de se responder o que se considera socialmente aceitável ou desejável. A presente pesquisa, como utiliza este método de coleta de dados também sofre potencialmente estes efeitos.

No entanto o grau de viés apresentado por estes método é dependente do tipo de comportamento pesquisado. Comportamentos ou atitudes mais polemicas como as relacionadas a temas como racismo, preconceito, práticas ilegais e comportamentos de risco tendem a ter uma maior discrepância entre as atitudes informadas e as realmente presentes.

Durante a aplicação dos questionários notou-se que o instrumento poderia ser reduzido, para facilitar o preenchimento pelos alunos. Embora o tamanho do questionário esteja diretamente relacionado com a riqueza de informações coletadas, é preferível um instrumento mais restrito, porém mais facilmente preenchido pelos estudantes e que garanta um menor erro, associado com um entendimento universal do instrumento. Próximas edições desta pesquisa utilizarão um questionário reduzido para evitar a fadiga e aumentar o percentual de respostas válidas.

A escala de Valores Humanos em Cabo Verde apresentou resultados insatisfatórios. Considerando ser a primeira iniciativa de mensuração do Questionário de Valores Humanos em Cabo Verde se colocou como um desafio adicional. Dois fatores podem estar associados a esta dificuldade: a pequena amostra utilizada e a falta de prática dos alunos em responderem instrumentos de pesquisa, aliados a uma complexidade média do instrumento de valores. Sugere-se utilizar novas versões do instrumento que está sendo desenvolvida pelo Professor Shalom Schwartz, com uma quantidade menor de itens e de preenchimento mais fácil.

Mesmo no Brasil, alguns dos valores humanos não puderam ser retidos, devidos a dificuldades de validade encontradas na mensuração de alguns valores. A mensuração de valores é complexa e impõe grandes desafios, especialmente quando procura-se relacionar valores com outras variáveis como intenções, atitudes ou comportamentos. As iniciativas relacionadas a criação de uma versão atualizada da QPV, a PVQ5X, apresentada por Saris, Knoppen e Schwartz (2013) devem ser acompanhadas, pois a nova escala apresenta algumas diferenças que podem ser úteis para pesquisas futuras. Este instrumento é resultado das mais recentes pesquisas e está em fase de teste em 10 países, trata da dificuldade de discernir alguns valores, além de ser mais compacta e portanto de preenchimento mais fácil.

Sugere-se também que a pesquisa seja replicada em outros países e regiões brasileiras, para que seja possível a generalização dos achados. A utilização de outros cursos como comparação parece um caminho interessante e promissor, que pesquisas futuras podem seguir.

A Modelagem de Equações Estruturais, embora cada vez mais utilizada em pesquisas em Administração e para a Predição do comportamento, também apresenta limites. Um dos principais é a suposição de antecedência entre os conceitos para que se possa inferir uma relação de causalidade.

Embora as relações propostas tenham se baseado em evidências empíricas anteriores, e em teorias previas indicando antecedência entre os conceitos, as relações encontradas no presente estudo não podem indicar causalidade, por não serem objeto de um experimento, e sim de um desenho cross-seccional, onde todas as variáveis são obtidas ao mesmo tempo, ao invés de um desenho longitudinal que é um dos requisitos para inferir relações de causalidade.

10. Considerações Finais

Os resultados encontrados têm implicações práticas e teóricas. As implicações práticas podem ser divididas em dois grupos, as informações obtidas, e as relações encontradas entre as variáveis. As estatísticas descritivas da percepção de controle sobre o comportamento, indicam que os alunos devem ser melhor preparados para conhecer os procedimentos em relação a iniciar uma empresa e a criação de um plano de negócios. O fato de que os respondentes não perceberam uma melhoria na sua percepção sobre a capacidade de empreender durante o curso, pode indicar uma falha no processo de formação, não privilegiando temas relacionados ao empreendedorismo.

As estatísticas descritivas de atitude e a intenção empreendedora também sugerem que os alunos iniciam o curso com uma maior IE e AE, que vão diminuindo durante o curso. Embora este efeito não seja tão claro, esperava-se que a IE, AE, e PCC aumentassem durante a formação, já que várias disciplinas durante a graduação teriam como objetivo preparar os estudantes para seguir também uma carreira como empreendedor. É importante investigar os motivos que levam a este resultado.

As relações encontradas entre atitudes pessoais e intenções em relação ao empreendedorismo indicaram que, conforme afirma Ajzen (2001), as atitudes são os melhores preditores das intenções para o empreendedorismo. No entanto, os valores também impactaram as intenções de forma consistente. Os valores de estimulação, hedonismo e poder parecem estar mais fortemente associados a atividade empreendedora, na amostra como um todo. A estimulação e o poder impactam de forma positiva, ou seja, valores mais relacionados a estimulação e poder, estão ligados a uma maior AE, e maior intenção empreendedora.

No entanto, as diferenças entre os grupos parece ser outro ponto importante. As regiões brasileiras apresentaram diferenças significativas entre os valores. Este fato corrobora a importância de pesquisas que considerem a diversidade da população brasileira, no que tange seus valores, costumes e visões de mundo.

A associação de valores com atitudes e intenção empreendedora parece sofrer influências culturais, pois os valores tem diferentes papéis conforme a região pesquisada. Este padrão indica que os valores que “movem” um indivíduo a ser empreendedor podem não serem exatamente os mesmos em todas as regiões. Por exemplo, no Centro-Oeste a intenção empreendedora esteve mais associado ao valor de progredir na vida, enquanto na Região Sul

somente a estimulação foi um preditor significativo da intenção de se abrir uma empresa. Estas diferenças devem ser melhor compreendidas para que ações que visem aumentar a intenção empreendedora dos estudantes e criar uma atitude mais positiva, levem em consideração os valores mais próximo a estes dois constructos.

De forma semelhante, para os gêneros, a relação de valores e atitudes e intenções empreendedoras foram semelhantes, embora o papel e principalmente o tamanho dos efeitos foi diverso entre os dois gêneros. As iniciativas e programas para incentivo ao empreendedorismo devem atentar para estes resultados ao criar um programa que se beneficie de campanhas ou iniciativas diferenciadas para homens e mulheres, de acordo com os valores que mais são relacionados a intenção empreendedora em cada grupo.

A menor intenção empreendedora e atitude menos positiva observada na amostra feminina também pode sugerir a importância de políticas públicas e educacionais que tenham como objetivo incentivar o empreendedorismo nesta população, rumo a uma maior igualdade de gênero.

Finalmente, os resultados indicaram também uma atitude predominantemente positiva em relação ao empreendedorismo, além de uma considerável intenção de se tornar empreendedor por parte dos alunos, em praticamente todas as regiões, e em Cabo Verde.

É importante que a educação sobre o empreendedorismo dentro das Universidades seja cada vez mais comum e que tenha um papel de incentivar e equipar os alunos com ferramentas e conhecimentos aplicados de gestão de pequenas empresas, processos de abertura de empresa, prospecção de mercados, entre vários outros importantes fatores durante a sua formação. Krueger e Brazeal (1994) sugerem que a educação sobre o empreendedorismo deve aumentar o conhecimento dos estudantes, aumentando a sua confiança e auto eficácia (percepção de controle).

Os países pesquisados devem aproveitar este considerável número de alunos que indicam ter como objetivo profissional ser empreendedor, e incentivar o empreendedorismo criando condições que fomentem a criação de novas empresas, preferencialmente de alta tecnologia e baseadas em conhecimento e serviços, para tornar os países mais competitivos a nível mundial.

REFERENCIAS

ADLER, N.J., JELINEK, M. Is Organization Culture Culture Bound? **Human Resource Management**, Vol. 25, No.1, 73-90, 1986.

AfDB e OECD. *African Economic Outlook:* ***Promoting Youth Employment,*** Development Centre and African Development Bank, OECD, Paris. 2012.

ALLPORT, G. W. Attitudes. In: Murchison C (ed.) **Handbook of Social Psychology**. Clark University Press, Worcester, MA, pp. 798–844. 1935.

ALLPORT, G. W. **The nature of prejudice**. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1954.

AJZEN I, FISHBEIN, M. Attitude–behavior relations: **A theoretical analysis and review of empirical research**, Psychological Bulletin 84: 888–918, 1977,

AJZEN, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In: Kuhl J, Beckmann J (eds.) **Action Control: From Cognition to Behavior**. Springer-Verlag, Berlin, pp. 11–39, 1985.

AJZEN, I. Attitudes, Personality, and Behavior. Open University Press, Milton Keynes, UK. 1988.

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human** Decision Processes 50: 179–211, 1991.

AJZEN, I. **Constructing a TPB questionnaire**: conceptual and methodological considerations, 2006.

AJZEN, I. Behavioral Interventions: Design and Evaluation Guided by the Theory of Planned Behavior. In M.M Mark, S.I. Donaldson, B. Campbel (Eds.) **Social Psychology and Evaluation.** (pp. 72-100) New York: GUILFORD PRESS, 2011.

ALDRICH, H.E., KIM, P.H. Small worlds, infinite possibilities? How social networks affect entrepreneurial team formation and search. **Strategic Entrepreneurship Journal,** 1, 147–165, 2007.

ALDRICH, H.E., WALDINGER, R. Ethnicity and entrepreneurship. **Annual Review of Sociology**, 16, 111–135, 1990.

ANDRES, T. Q. D. **Understanding values**. Quezon City, New Day Publishers, 1980.

ANJOS, J. C. Cabo verde e a importação do ideologema brasileiro da mestiçagem. **Horizontes Antropológicos,** Porto Alegre, ano 6, nº 14, p. 177-204, novembro de 2000.

ARBUCKLE, J.L. IBM® SPSS® **Amos™ 21 User's Guide.** New York: IBM Corporation, 2012.

ARGYRIS, C., SCHON, D. A. **Organizational learning**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1978.

ARMITAGE, C.J, Conner, M. Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. **British Journal of Social Psychology**, 40, 471–499, 2001.

AUDRETSCH, D.B. The emergence of the entrepreneurial society. **Business Horizons**, 52, 505-511, 2009.

BANDURA, A. **Self-efficacy mechanism in human agency.** American Psychologist, 37, 122-147. 1982.

BARCELLOS, C.J.S. **Archipelago de Cabo Verde.** Imprensa Lucas: Lisboa. Disponível em: http://hdl.handle.net/10961/1985. Acesso em 02/09/2012, 1908

BAGOZZI, R.P., Y.Yi. "The Degree of Intention Formation as a Moderator of the Attitude - Behavior Relation," **Social Psychology Quarterly**, 52, 1989, 913 - 929., 1989.

BARROS, S. Cadernos Coloniais - **Origens da Colonização de Cabo Verde.** Edição Cosmos: Lisboa. 1939. Disponível em: http://hdl.handle.net/10961/2252. Acesso em 11/09/2012, 1939.

BATEMAN, T. S., & CRANT, J. M. The proactive component of organizational behavior. **Journal of Organizational Behavior**, 14: 103–118. 1993.

BAUM, J.R., OLIAN, J.D., EREZ, M., SCHNELL, E.R., SMITH, K.G., SIMS, H.P. SCULLY, J.S., & SMITH, K.A. Nationality and work role interactions: A cultural contrast of Israeli and U.S. entrepreneurs' versus managers' needs. **Journal of Business Venturing** 8: 499-512, 1993.

BAUMOL, William J. "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", **Journal of Political Economy**, 98(5), 893–921. 1990.

BECHERER, R. C., & MAURER, J. G. The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company presidents. **Journal of Small Business Management**, 38(1): 28–36, 1999.

BEIERLEIN, C., Davidov, E., Schmidt, P., Schwartz, S.H. Testing the discriminant validity of Schwartz' Portrait Value Questionnaire items – **A replication and extension of Knoppen and Saris** (2009). Survey Research Methods (2012), Vol.6, No.1, pp. 25-36.

BENTLER, P. M. Comparative fit indexes in structural models, **Psychological Bulletin**, 107, 2, 1990, pp. 238-246.

BERKOWITZ, D., DEJONG, D.N. "Entrepreneurship and Post-socialist Growth," **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 67 (1), 25-46, 2005.

BERRY, J. W. Impedes etics, emics and derived etics: The operationalization of a compelling idea. **International Journal of Psychology**, 24, 721-735. 1989.

BERRY, J.W, POORTINGA, Y.H, PANDEY, J. **Handbook of cross-cultural psychology. Boston**: Allyn and Bacon, 1997.

BERRY, J.W, POORTINGA, Y.H, SEGALL, M.H., DASEN, P.R. **Cross-Cultural Psychology Research and Applications**. Cambridge University Press: New York, 2002.

BEUGELSDIJK, S. Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth, in: Thurik, R. and Freytag, A. (eds.) Culture and Entrepreneurship, Springer Verlag; pp227-244, 2010.

BEUGELSDIJK, S., NOORDERHAVEN, N. "Entrepreneurial attitude and economic growth: A cross-section of 54 regions," **Annals of Regional Science**, 38 (2), p. 199-218, 2004.

BIRD, B. J. Implementing entrepreneurial ideas: **The case for intention.Academy of Management Review**, 13, 442-453, 1988

BIRLEY, S. The role of networks in the entrepreneurial process. **Journal of Business Venturing**, 1(1), 107-117, 1985.

BODLEY, John H. Cultural Anthropology: Tribes, **States and the Global System.** Mountain View, CA: Mayfield. 1994.

BRADDON. Mitchell, D. Intentionality and Rationality: An Analytic Perspective. In Neil J. Smelser and Paul B. Baltes (ed) , **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences,** 26 v. Oxford: Elsevier. Publisher', 2001.

BRENER, R. National policy and entrepreneurship: The statesman's dilemma. **Journal of Business Venturing**, 2 (2), 95-101, 1987.

BRISLIN, R. W. Comparative research methodology: Cross-cultural studies. **International Journal of Psychology**, 11, 215-229, 1976.

BRITO. SEMEDO, Manuel. **A construção da identidade nacional** – análise da imprensa entre 1877 e 1975. Praia: Instituto da Biblioteca Nacional e do Livro, 2006.

BRYANT, J.M. Moral codes and social structure in ancient Greece: A sociology of Greek ethics from Homer to the Epicureans and Stoics. **State University of New York Press: New York,** 1996.

BYRNE, B. M. Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming. 2nd ed. **Routledge**: New York. 2010.

BYRNE. B. M. **Structural equation modeling with AMOS**. Basic concepts, applications, and programming. (2nd ed.). New York: Routledge. 2009.

BUSENITZ, L.W. & LAU, C.M. "A cross-cultural cognitive model of new venture creation," **Entrepreneurship Theory and Practice**, 20(4), 25–39, 1996.

CAMPBELL, A. A., & KATONA, G. **The sample survey**: A technique for social science research. In L. Festinger & D. Katz (Eds.), Research methods in the behavioral sciences (pp. 14–55). New York: Dryden Press, 1953.

CARLAND, J; CARLAND, J. A.; HOY, F. An entrepreneurship index: An empirical validation. In: **Frontiers Of Entrepreneurship Research,** 1992, França. Proceedings.Massachussets: Babson College, 1992.

CARLAND, J. W ; HOY, F; BOULTON, W. R ; CARLAND, J. A.C. Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization **Academy of Management**. The Academy of Management Review (pre-1986); Apr 1984; 9, 000002; Entrepreneurship, pg. 354-359, 1984.

CARRIZO SAINERO, G., Toward a Concept of Bibliometrics, **Journal of Spanish Research on Information Science**, 1 (2), 2000, 5986.

CARMINES, E. G. Zeller, R. A. **Reliability and Validity Assessment.** Beverly. Hills, CA: Sage. Chubb, 1979.

CHAIKEN. S. Attitude Formation: Function and Structure, ***International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences**, 2001, Pages 899-905.*

CHANDLER, G. N., & LYON, D. W. Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: The past decade. **Entrepreneurship Theory and Practice,** 25, 101-113., 2001.

CHELL, E.,HAWORTH, J.M., & BREARLEY, S.A. **The entrepreneurial personality**: Concepts, cases and categories. London: Routledge, 1991.

CHEN, F., Bollen, K. A., Paxton, P., Curran, P. & Kirby, J. Improper solutions in structural equation models: Causes, consequences, and strategies. **Sociological Methods &Research**, 29, 468-508. 2001.

COCHRAN T C. **Role and sanction in American entrepreneurial history**. In: Change and the Entrepreneur, Postulates and the Patterns for Entrepreneurial History.Harvard University Press, Cambridge, MA, 1949.

COHEN, J. **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**, 2nd Edition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1988.

COHEN, M. Women street vendors: **The road to recognition**. SEED Publication No. 20. 2000.

COOPER, A C, Woo C Y, Dunkelberg W C. Entrepreneurs' perceived chances for success**. Journal of Business Venturing,** 3:97–108, 1988.

COSTELLO, A.B & OSBORNE, J.W Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis, **Practical Assessment Research & Evaluation**, Vol 10, No 7, July 2005.

COUTO,C.L.P, Mariano, S.R.H., Mayer, V.F. **Medição da Intenção Empreendedora no Contexto Brasileiro**: Desafios da Aplicação de um Modelo Internacional, XXXIV Enanpad, Rio de Janeiro. XXXIV Enanpad, 2010.

COVIN, J. G. & Slevin, D. P. Strategic management of small firms in hostile benign environments. ***Strategic Management Journal***, 10: 75-87, 1989.

COVIN, J. G., & SLEVIN, D. P. (Fall). **A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior**. Entrepreneurship Theory and Practice, 16, 7-25, 1991.

COWLING, M. "Are entrepreneurs different across countries?" **Applied Economics Letters**, 7, 785- 789, 2000.

CRANT, J. M. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. **Journal of Small Business Management**, 34(3): 42–49, 1996.

CROCKER, .L. **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.** Pages 2702–2705. 2001.

CROOK, T.R; SHOOK, C.L; MORRIS, M.L; MADDEN, T.M. Are We There Yet? An Assessment of Research Design and Construct Measurement Practices in Entrepreneurship Research. **Organizational Research Methods**, Volume 000 Number 00, Month 2008 1-15, 2009.

CUNNINGHAM, J. B. & LISCHERON, J. Defining entrepreneuship. **Journal of Small Business Management**, 29, 45-61, 1991.

DA MATTA, R. **Conta de mentiroso**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

DA MATTA, R. **A casa e a rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. São Paulo: Brasiliense,1985.

DA MATTA, R. **Carnavais, Malandros o Heróis**: Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

DANA, L.P. "Entrepreneurship and venture creation: An international comparison of five Commonwealth Nations" **in Frontiers of Entrepreneurship Research**. Ed. N. C. Churchill, J. A. Hornaday, B. A. Kirchhoff, O. J. Krasner, and K. H. Vesper. Wellesley, MA: Babson College, 1987, p. (573-583), 1987.

DAVIDSSON, P. *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth.* Stockholm: **The Economic Research Institute** (diss.) 1989.

DAVIDSSON, P. & HONIG, B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, 18(3), 301–331, 2003.

DAVIDSSON, P. & WIKLUND, J. Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth. In D. Sexton & H. Landström (Eds.) **The Blackwell Handbook of Entrepreneurship**, Oxford, MA, Blackwell, pp. 26-44. 2000.

DAVIDSSON, P. **Determinants of entrepreneurial intentions**,
RENT IX Workshop in Entrepreneurship Research , Piacenza, Italy. Disponível em: http://eprints.qut.edu.au/2076/1/RENT_IX.pdf . Acesso 10-03-2012. 1995

DAWIS, R. V. Vocational interests, values, and preferences. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), **Handbook of industrial & organizational psychology**, (Vol. 2, pp. 833-871). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, 1991.

DAWSON, J. L. M. Theory and research in cross-cultural psychology. **Bulletin of the British Psychological Society**, 24, 291–306. 1971.

DEFLEUR M L, Westie F. R. Verbal attitudes and overt acts: An experiment on the salience of attitudes. **American Sociological Review** 23: 667–73, 1958.

DOUGLAS, M. **How institutions think – Syracuse, NY**: Syracuse University Press, 1986.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999

DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo**: panorama brasileiro. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001.

DHAR, V. & STEIN, R. **Seven Methods for Transforming Corporate Data into Business Intelligence**. Prentice Hall, 1997.

DRUKER, P. F. I**novação e espírito empreendedor** (Carlos Malferrari, Trad.). São Paulo: Editora Pioneira, 6ª edição, 1987/2000.

EAGLY, A. H., CHAIKEN, S. ***The Psychology of Attitudes***. Harcourt Brace Jovanovich, Fort Worth, TX, 1993.

EDWARDS, J.E ; THOMAS, D.M ; ROSENFELD, P & BOOTH-KEWLEY. **How to Conduct Organizational Surveys:** *A Step by Step Guide*. Sage Publications: Thousands Oaks : London , New Delhi, 1997.

EFRON, B.; TIBSHIRANI, R**. An Introduction to the Bootstrap.** Boca Raton, FL: Chapman & Hall/CRC, 1993.

EISINGA, R, GROTENHUIS, M. PELZER, B. The reliability of a two-item scale: Pearson, Cronbach or Spearman-Brown?, **International Journal of Public Health**, 2012.

EGGAN, F. Social anthropology and the method of controlled comparison. **American Anthropologist**, 56: 655–63. 1954.

EMBER, C. R., & EMBER, M. Cross-cultural research methods / Carol R. **Ember and Melvin Ember**. Lanham : Altamira Press. 2009.

ENGELEN, A. Entrepreneurial orientation as a function of national cultural variations in two countries, **Journal of International Management**, 16, 354–368, 2010.

ENGLE, R.L, Dimitriadi,N. Gavidia,J.V Schlaegel, C., Delanoe,S., Alvarado,I. He,X. Buame,S. Wolff,B. **Entrepreneurial intent**: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 16 Iss: 1, pp.35 - 57, 2010.

EPSTEIN, S. Values from the perspective of cognitive-experiential self-theory. In N. Eisenberg, J. Reykowski, &.E. Staub (Eds.), **Social and moral values: Individual and societal perspectives, 1989,** (pp. 3-22). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

FAZIO, R. H. Multiple processes by which attitudes guide behavior. The MODE model as an integrative framework, **Advances in Experimental Social Psychology**, 23: 75–109, 1990.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, 34, 5-28, 1999.

FINANCIAL TIMES. The FDI Report 2012. Disponivel em: http://ftbsitessvr01.ft.com/forms/fDi/report2012/files/The_fDi_Report_2012.pdf

FISHBEIN, M. AJZEN I. ***Belief, Attitude, Intention and Behavior****: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley, Reading, MA, 1975.

FISHBEIN, M., & AJZEN, I. **Predicting and changing behavior**: The reasoned action approach. New York: Psychology Press, 2010.

FORNELl C, LARCKER, DF. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, 18(1):39–50, 1981.

FRESE, M., & RAUCH, A. The psychology of entrepreneurship. in Smelser, N. J., & Baltes, P. B. (Hrsg.), **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.** (S. 4552-4556). Amsterdam: Elsevier. 2001.

FREYRE, G. Casa-Grande & Senzala . Rio de Janeiro: **Record.** 30ª ed. 1933; 1995.

FRIEDLMEIER, W., CHAKKARATH,P., SCHWARZ, B . ***Culture and human development:***The importance of cross-cultural research to the social sciences. Lisse, The Netherlands: Swets & Zeitlinger, 2005.

GABOR, D. Innovations: **Scientific, technical and social**. Oxford: The University Press. 1970.

GAO, S., MOKHTARIAN, P. & JOHNSTON, R. A."**Non-normality of Data in Structural Equation Models**," University of California Transportation Center, Working Papers, 2008.

GASKIN, J. Scale Assessment, **Stats Tools Package**. http://statwiki.kolobkreations.com. 2012.

GEERTZ, C., A **Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro, Zahar, 1973.

GLANZEL, W. The need for standards in bibliometric research and technology. Scientometrics 35(2), 167-176, 1996.

GLOBAL ENTEPRENEURSHIP MONITOR – GEM. Empreendedorismo no Brasil 2008. Curitiba.

GEM, IBQP, 2009. Disponível em: http://www.gembrasil.org.br/home/download.php?idPublicacao=26 Acesso em: 15 Ago. 2009.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. American, **Journal of Sociology**, 91, 481–510. 1985

GODLEY, A.; HICKS, P; LAWES, K. and LINTON, M. **Jewish Immigrant Entrepreneurship in New York and London**, 1880-1914 Enterprise and Culture The Revival of Paternalism in Early Nineteenth-Century Britain. New York, 2001.

GODIN, G., & KOK, G. The theory of planned behavior: A review of its applications to health-related behaviors. American **Journal of Health Promotion**, 11, 87–98, 1996.

GOODENOUGH, W. H. "**Culture" Encyclopedia of Cultural Anthropology**. New York: Henry Holt, 1996.

GUEDES, V. V., & BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. ***Anais do Encontro Nacional de Ciências da Informação***, Salvador, BA, Brasil, 6, *junho 2005*.

GUERREIRO, M. RIALP, J. URBANO, D. The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. **International Entrepreneurship Management Journal,** 4:35–50. 2008

HAHN, R.A. Understanding beliefs: an essay on the methodology of the statement and analysis of belief systems, **Current Anthropology**, 14 (1973), pp. 207–229.

HAIR, J., BLACK, W., BABIN, B., ANDERSON, R. ***Multivariate data analysis*** (7th ed.): Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, NJ, USA. 2010.

HALL, E.T. **Beyond Culture, Anchor Books**, New York, 1989.

HANSEMARK, O. 'The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement', **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, Vol. 4, No. 1, pp.28–50, 1998.

HECKE, A.P. A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis das instituições de ensino superior de curitiba-pr. **DISSERTAÇÃO DE MESTRADO,** Universidade Federal do Paraná,2011.

HILAL, A.V.G. Dimensões e clusters de cultura organizacional de uma empresa brasileira com atuação internacional. **Tese (Doutorado em Administração)** - Universidade Federal do Rio de Janeiro Orientador: Angela da Rocha Ano: 2002

HISRICH, R. D. Entrepreneurship/Intrapreneurship. **American Psychologist**, 45, 209-570, 1990.

HOE, S.L. Issues and Procedures in Adopting Structural Equation Modeling Technique, **Journal of Applied Quantitative Methods**, Vol 3, 1, Spring 2008.

HOFSTEDE, G. **Cultures Consequences**. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.

HOFSTEDE, G & BOND, M.H. Hofstede, Cultural dimensions: An independent validation using Rokeach's Value Survey, **Journal of Cross-Cultural Psychology**, 15, 417 – 433, 1984.

HOFSTEDE,G & BOND, M.H. The Confucius connection: from cultural roots to economic growth.**Organizational dynamics,** 16(4), 4-21, 1988**.**

HOFSTEDE, G. **Cultures and Organizations**: Software of the Mind. London: McGraw-Hill. 1991.

HOFSTEDE, G. **Cultures Consequences**, 2nd Ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 2001.

HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J. & MINKOV, M. Cultures and Organizations: **Software of the Mind** (Rev. 3. ed.). New York: McGraw-Hill. 2010.

HOFSTEDE, G., Garibaldi de Hilal, A. V., Malvezzi, S., Tanure, B., & Vinken, H. Comparing regional cultures within a country: Lessons from Brazil. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, Vol. 41 no. 3, 2010, 336-52. 2010.
HOFSTEDE, G. Dimensionalizing Cultures: **The Hofstede Model in Context**. *Online Readings in Psychology and Culture, Unit 2*. Disponível em http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8. 2011.

HOLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 17 Ed. 1984.

HOUAISS A. **Dicionário Houaiss da Lingua Portuguesa**. 1ª. ed. São Paulo, Objetiva, 2004

HOUSE, R, M. JAVIDAN, HANGES, P., DORFMAN, P. Understanding Cultures and implicit theories across the Globe: an introduction to the Project GLOBE, **Journal of World Business**, 37, 2002. pp 3-10, 2002.

HOY, F., WISNIESK, J. GATEWOOD, E., Bryant, L., & Patel, V. "An incubator within an incubator: **A case study of biotechnology venturing" in Frontiers of Entrepreneurship Research**. Ed. N. C. Churchill, W.D. Bygrave, J. C. Covin, L. L. Sexton, D. P. Slevin, K.H. Vesper, and W. E. Wetzel, Wellesley, MA: Babson College, 391-405.1991.

HUI, C. H. TRIANDIS, H. C. *Measurement in cross-cultural psychology: A review and comparison of strategies*. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, 16,131-152. 1985.

ILO, **Global Employment Report**, International Labour Organization, Geneva. 2011.

INGLEHART, R. **World Values Survey**: The World's Most Comprehensive Investigation of Political and Sociocultural Change. http://www.worldvaluessurvey.org. 2007.

INE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. ***Inquérito ao Emprego*** 2009.

INE, INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. ***Estatísticas do Comércio Exterior***. 2013.

JACCARD, J., WAN, C.K. *LISREL approaches to interaction effects in multiple regression.* **Thousand Oaks**, CA: Sage Publications.1996.

JAHODA, G., & KREWER, B. **History of cross-cultural and cultural psychology.** In J. W. Berry, Y. H. Poortinga, & J. Pandy (Eds.), Handbook of cross-cultural psychology: Vol. 1. Theory and method (2nd ed., pp.1-42). Boston: Allyn and Bacon. 1997.

JOHNSON, S., LOVEMAN, G. **Starting Over in Eastern Europe**: **Entrepreneurship and Economic Renewal,** Boston, Harvard Business School Press. 1995.

JUNG, C.G. **Tipos psicológicos**. Petrópolis, Vozes, 1991.

KARTAGI, G.P Introduction to Values, Em M.O OSI & Z. MEDINA-GERONA **Reflections in Values** (pp. 4 – 12). Rex Book Store: Manila, Filipinas.2000.

KATZ, J. & STEYAERT, C. (Eds.) Entrepreneurship in society: **Exploring and theorizing new forms and practices of entrepreneurship** [Special Issue]. Entrepreneurship and Regional Development, 16(3), 179–250. 2004.

KLINE, R. B. **Principles and practice of structural equation modeling** (3rd ed.). New York: Guilford Press. 2010.

KLUCKHOHN, C. '**The Study of Culture**', in The Policy Sciences eds. Lehner, D. & Lasswell, H.D. Stanford University Press, Stanford. 1951.

KLUCKHOHN, C. **Universal categories of culture**. In S. Tax (Ed.), Anthropology today: Selections (pp. 304-20). Chicago, IL: University of Chicago Press (primeira edição em 1952), 1962.

KLUCKHOHN, F. R. & Strodtbeck, F. L. **Variations in value orientations**. Westport, CT: Greenwood Press. 1961.

KNOPPEN, D., SARIS, W. Do we have to combine Values in the Schwartz' Human Values Scale? A Comment on the Davidov Studies. ***Survey Research Methods,*** Vol.3, No.2, pp. 91-103. 2009.

KNIGHT, G. A. Cross-Cultural Reliability and Validity of a Scale to Measure Firm Entrepreneurial Orientation, **Journal of Business Venturing**, 12 (3): .213-225.1997.

KRUEGER, N., BRAZEAL, D.V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs, ***Entrepreneurship Theory and Practice*** 18 (3), pp. 91–104. 1994.

KRUEGER, N.F , M.D. REILLY, M.D , A.L. CARSRUD, A.L Competing models of entrepreneurial intentions, **Journal of Business Venturing** 15, 411–432. 2000.
KUNDU, S. & RANI, S**.** Human resources' entrepreneurial attitude orientation by gender and background: a study of Indian Air Force trainees. **International Journal of Management and Enterprise Development**, 5 (1). 2008.

LANDES, D.S. "**French Entrepreneurship and Industrial Growth in the Nineteenth Century**," in E.M. Earle, ed., *Modern France* , Princeton, NJ: Princeton University Press, pp. 334-53. 1951.

LEFKOWITZ, J. **Ethics and values in industrial-organizational psychology**. Mahwah, New Jersey: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES. 2003.

LENARTOWICS, T., ROTH, K. 'Does Subculture within a Country Matter? A Cross-Culture Study of Motivational Domains and Business Performance in Brazil'
Journal of International Business Studies, 32, 2 (2001) 305-325.

LIÑÁN, F., CHEN, Y-W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, May, 2009, Baylor University.

LINCOLN,Y., & GUBA, E. G. Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging conflicts. In N. K. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), **Handbook of qualitative research** (2nd ed., pp. 163–88). Thousand Oaks, CA: Sage. 2000.

LISKA, A. E. A critical examination of the causal structure of the Fishbein–Ajzen attitude–behavior model. ***Social Psychology Quarterly***, 47: 61–74. 1984.

LOBBAN JR., R. A., SAUCIER, P.K. Historical Dictionary of the Republic of Cape Verde. Fourth Edition. **Historical Dictionaries of Africa**, No. 104. The Scarecrow Press, Inc.: Plymouth, UK, 2007.

LOW, M. B. & MacMillan, I. C. Entrepreneurship: past research and future challenges. **Journal of Management**, 14,(2), 139-161. 1988.

LUMPKIN,G.T. & DESS, G.G. (1996). **Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance**. Academy of Management Review, 21: 135-172. 1996.

LUNDSTRÖM, A.; STEVERSON, L. On the Road to Entrepreneurship Policy. Stockholm: **Swedish Foundation for Small Business Research**, 2002.

MANSTEAD, A.S.R. Attitudes in Neil J. Smelser and Paul B. Baltes (ed) , ***International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences***, 26 v. Oxford: Elsevier. Publisher', 2001.

MANOLOVA, T., CARTER, N., MANEV, I., & GYOSHEV, B. The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 31(3), 407–426. 2007.

MARCZYK, G., DEMATTEO, D., & FESTINGER, D. **Essentials of Research Design and Methodology.** John Wiley & Sons: Hoboken, New Jersey, 2005.

MARTIN, M.A.G; PICAZO, M.T. Entrepreneurship And Economic Policy Objectives In: M. V. Bradshaw and P. T. Carrington, **Entrepreneurship and its Economic Significance**, (pp-193-204). Nova Science Publishers, Inc.: New York. 2009.

MARTINELLI, A. Entrepreneurship. In N.J. Smelser, & P.B. Baltes (Eds.), **International encyclopedia of the social and behavioral sciences** (pp. 4545-4552). Amsterdam: Pergamon, 2001.

MATEUS, D.C. *A Luta* pela. *Independência — **A Formação* **das.** ***Elites*** *Fundadoras da* FRELIMO, MPLA e PAIGC, Editorial Inquérito,. 1999, 299p.

MCDONALD, R. P., & Ho, M-H. R. Principles and practice in reporting structural equation analyses**. Psychological Methods**, 7, 64 – 82. 2002.

MESSICK, S.Validity. R.L. Linn (Ed.), Educational Measurement (3rd edn.), **American Council on Education**, Washington, DC, pp. 13–1031989.
McCLELLAND, D.C. **The achieving society**. Princeton, NJ: Van Nostrand.1961.

McCLELLAND, D.C. Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study, **Journal of Personality and Social Psychology**, 1, 389-392. 1965.

MCGRATH, RG; MACMILLAN, I.C; SCHEINBERG,S. Elitists, risk takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, 7, 115-135. 1992.

MCQUITTY, S. Statistical power and structural equation models in business research. **Journal of Business Research**, 57, 2, 2004, pp. 175-183.

McSWEENEY, B. Hofstede's model of national cultural differences and their consequences: A triumph of faith — a failure of analysis, ***Human Relations***, 55, 89– 118. 2002.

MEADE, T. A. **A brief history of Brazil.** Checkmark Books: New York. 2004.

MEC, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Resultado Final do PEC-G Seleção 2013**.Disponivel em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12283&Itemid=533. Acesso em 05-02-2013.

MEGLINO, B. M., RAVLIN, E. C. Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. **Journal of Management**, 24, 351-389. 1998.

MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, 29: 770-791. 1983.

MILLER, D.T. The norm of self-interest, **The American Psychologist**, 54, p.1053-1060. 1999.

MILES, J. & SHEVLIN, M. Applying Regression & Correlation: **A Guide for Students and Researchers**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.

MIGRATION INFORMATION SOURCE. **Estatísticas Relacionadas a Migração Internacional**. Acesso em 22/09/2009. Disponíveis em: www.migrationinformation.org/

MINKOV, M. **What makes us different and similar**: A new interpretation of the World Values Survey and other cross-cultural data. Sofia, Bulgaria: Klasika i Stil. 2007.

MINKOV, M. **Cultural differences in a globalizing world**. Bingley, UK: Emerald. 2011.

MINISTÉRIO DA QUALIFICAÇÃO E EMPREGO. **Estudo - Diagnóstico sobre o Mercado de Emprego em Cabo Verde**, ISE, IEFP/INE, Praia. 2008.

MITCHELL, R.K., BUSENITZ, L., LANT, T., MCDOUGALL, P.P., Morse, E.A., & Smith, B. "Entrepreneurial cognition theory: Rethinking the people side of entrepreneurship research," **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2002, 27(2), 93–104.

MOONEY, C. Z., *DUVAL, R. D.* **Bootstrapping**: A Nonparametric Approach to Statistical Inference. Sage, 1993.

MORRIS, MH, DAVIS, D.L, ALIEN, J.W. Fostering corporate entrepreneurship: Cross-cultural comparisons of the importance of individualism versus collectivism. **Journal of International Business Studies**, 25, 65-90, 1994.

MURDOCK, G.P. The Common Denominator of Culture, In Ralph Linton (ed.) **The Science of Man in the World Crisis**. New York: Columbia University Press, 1945.

OECD. "Employment and Social Protection Policies for Social Cohesion", Perspectives on Global Development. **Organisation for Economic Co-operation and Development**, Development Centre, Paris. 2012.

OGLOBO. **África, destino de exportações brasileiras**. Disponível em: http://oglobo.globo.com/economia/africa-destino-de-exportacoes-brasileiras-5550079. 2012.

OSLON, J.M; ZANNA, M.P. **Attitudes and attitude change**, Annual Rev. Psychol. 44: 117-54. 1993.

OSBORNE, Jason W. & Amy Overbay. **The power of outliers** (and why researchers should always check for them). *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 9 (6), 2004.

PARKER, S.K, BINDL, U.K. ; STRAUSS, K. Making Things Happen: A Model of Proactive Motivation, ***Journal of Management,*** Vol. 36 No. 4, July 2010 827-856. 2010.

PASQUALI, L.; ALVES, A. R. Validação do Portraits Questionnaire – PQ de Schwartz para o Brasil. **Avaliação Psicológica**, 2004, 3(2), pp. 73-82

PEARSON, J.A.L. & CHATTERJEE, S.R. "Differences and Similarities of Entrepreneurial Characteristics in a Diverse Social Setting Evidence from Australian and Singaporean Managers," **Journal of Enterprising Culture**, 9(3), 273-289. 2001.

PELTO, P.J, PELTO, G.H. Studying Knowledge, Culture, and Behavior in Applied Medical Anthropology. **Medical Anthropology Quarterly 11**(2): 147-163. 1997.
PEROTTI, Antonio. **Antropologia Intercultural**. Lisboa: Secretariado Coordenador dos Programas de Educação Multicultural, Ministério de Educação, 88 pp. 1997.

PETERSON, R. Understanding and Encoraging Entrepreneurship Internationally. **Journal of Small Business Management** ,26,2, 1-7, 1988.

PODSAKOFF. P. M. MACKENZIE. S. B.. LEE. J.-Y.. & PODSAKOFF. N. P. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. **Journal of Applied Psychology**: 88(5): 879-903. 2003.

POLANYI, K. The great transformation: **The political and economic origin of our time**. Boston: Beacon Hill. 1957.

REESE, H. W., FREMOUW, W. J. Normal and normative ethics in behavioral sciences. **American Psychologist**, 39, 863-876. 1984.

RIBEIRO, D. O ***Povo Brasileiro***. A formação e o sentido *do* Brasil. Companhia das Letras – *1995*. São Paulo.

ROBINSON, P., STIMPSON, J., HEUFNER, H., & Hunt, H. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 15, 13-31, 1991.

ROGERS, N. Social networks and the emergence of the new entrepreneurial ventures in Russia: 1987–2000. **American Journal of Economics and Sociology**, 65(2), 295–312. 2006.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: The free press, 1973.

ROSENBERG, A. **Philosophy of social science** (2nded.). Boulder, CO: Westview. 1995.

ROTHWELL, R., H. WISSEMA, "Technology, Culture and Public Policy," **Technovation**, 4, 91-115, 1986.

ROTTER, J. B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. ***psychological monographs****: General and applied*, 80, Serial No 609. 1966.

RYCHLAK, J.F. Introduction to Personality and Psychotherapy: **A Theory-Construction Approach** (2ndEd.). Boston: Houghton Mifflin, 1981.

SAGIE, A., & ELIZUR, D. Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis. **Journal of Organizational Behavior**, 20, 375-387, 1999.

SANBONMATSU, D. M., & Fazio, R. H. The role of attitudes in memory-based decision making. **Journal of Personality and Social Psychology**, 59, 614–622, 1990.

SARIS, E.W, KNOPPEN, D., SCHWARTZ, S.H. Operationalizing the Theory of Human Values: Balancing Homogeneity of Reflective Items and Theoretical Coverage. **Survey Research Methods**. Vol.7, No.1, pp. 29-44. 2013.

SARIS, W.E, KNOPEN, D.; Schwartz, S.H. Operationalizing the Theory of Human Values: Balancing Homogeneity of Reflective Items and Theoretical Coverage. **Survey Research Methods.** Vol.7, No.1, pp. 29-44, 2013.

SHEPPERD, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modi cations and future research. **Journal of Consumer Research,** 15, 325–343. 1988.

SCHREIBER, J. B., NORA, A., STAGE, F. K., BARLOW, E. A. , KING, J. Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review, **The Journal of Educational Research**, 99, 6, 2006, pp. 323-337.

SCHUMPETER, J. **The Theory of Economic Development**, Cambridge, Mass: Harvard University Press. 1934.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, Socialism and Democracy**, New York: Harper. 1943

SCHWARCZ, L. M. **As barbas do imperador**: D. Pedro II, um monarca nos trópicos. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SCHWARTZ, S. H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? **Journal of Social Issues**, 50, 19-45. 1994.

SCHWARTZ, S. H. & Bardi, A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. **Journal of Cross Cultural Psychology**, 32, 268-290. 2001.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), **Advances in experimental social psychology**, Vol. 24 (pp. 1-65). San Diego: Academic, 1992.

SCHWARTZ, S. H. Validade e aplicabilidade da teoria de valores. Em A. Tamayo & J. B. Porto (Eds.), **Valores e comportamento nas organizações** (pp. 56-95). Petrópolis: Vozes. 2005.

SCHWARTZ, S. H. **Draft Users Manual**: Proper Use of the Schwarz Value Survey, compiled by Romie F. Littrell. Auckland, New Zealand: Centre for Cross Cultural Comparisons, http://www.crossculturalcentre.homestead.com. version 14 January 2009.

SEBRAE (2012). **Observatório da Lei Geral da pequena empresa**. Disponível em: http://www.leigeral.com.br/portal/main.jsp?lumPageId=FF8081812658D379012665B59AB31CE5

SINGH, R.P; CRUMP, M. E. S. &ZU, X. Family matters: differences in having self-employed parents between black and white entrepreneurs. In: M. V. Bradshaw and P. T. Carrington, **Entrepreneurship and its Economic Significance**, (pp-1-20). Nova Science Publishers, Inc.: New York, 2009.

SPIRTES, Peter, Thomas Richardson, Christopher Meek, Richard Scheines, and Clark Glymour. Using path diagrams as a structural equation modeling tool. **Sociological Methods & Research**, Vol. 27, No. 2 (Nov.): 182-225. 1998

SCHERER, F.R., ADAMS, J.S., CARLEY,S.S., WIEBE,F.A., Role Model Performance Effects On Development of Entrepreneurial Career Preference, **Entrepreneurship Theory& Practice**, Spring, 53-71, 1989.

SCHNÄDELBACH, H. Intentionality and Rationality: A Continental-European Perspective. **International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences**, pp. 7681–7685. 2001.

SHANE, S.A. "Why do some societies invent more than others?", **Journal of Business Venturing**, 7, 29–46, 1992.

SHANE, S.A. "Cultural influences on national rates on innovation," **Journal of Business Venturing**, 8, 59 – 73, 1993.

SHANE, S.A., KOLVEREID, L., & WESTHEAD, P. (1991) An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. **Journal of Business Venturing** 6:431–446. 1991.

SHAPERO, A., SOKOL, L. 'The social dimensions of entrepreneurship', in C.A. Kent, D.L. Sexton and K.H. Vesper (Eds**.) Encyclopedia of Entrepreneurship**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp.72–90. 1982.

SHARIFF, M.B.M, SAUD, M.B. An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia, **International Journal of Business and Management**, Vol4, 4, April, pp. 129-135, 2009.

SHOOK, C. L., PRIEM, R. L., & MCGEE, J. E. Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis, **Journal of Management**, 29, 379–399. 2003.

SHWEDER, R. A., MAHAPATRA, M., &. MILLER, J. G. Culture and moral development. InJ. Kagan &.S. Lamb (Eds.), **The emergence of morality in young children** (pp. 1-83). Chicago:University of Chicago Press. 1987

SKIDMORE, T.E. Brazil: ***Five Centuries of Change*****.** Oxford University Press, 1999

SMITH, A. D. A Identidade Nacional. Lisboa: Gradiva-Publicações, 1997, 252 pp.

SOBEL, M. E. Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. **Sociological Methodology**, Vol. 13, pp. 290-312. 1982.

SONG, M., LIN, F., WARD, S.E, FINE, J.P. Composite Variables: When and How. **Nursing Research** January/February. Vol 62, No 1. 2013.

STEINMETZ, H. ISIDOR, R., BAEUERLE, N. Testing the Circular Structure of Human Values: A Meta-Analytical Structural Equation Modelling Approach**. Survey Research Methods** 2012, Vol.6, No.1, pp. 61-75.

TAMAYO, A., & Porto, J. B. Validação do Questionário de Perfis de Valores (QPV) no Brasil. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, 25(3), 369-376. 2009.

TERPSTRA, V. DAVID, K. **The cultural environment of international business**. Thomson, 1985.

TIESSEN, J.H., “Individualism, collectivism and entrepreneurship: aframework for international comparative research”, **Journal of Business Venturing**, Vol. 12, pp. 367-84, 1997.

TORTATO, U. Empreendedorismo: **Valores e Configuração Estrutural**. . Anais do XXVII Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Atibaia, 2003.

TRIANDIS, H.C. Some universals of social behavior. **Personality and Social Psychology Bulletin**, 4, 1–16. 1978.

TRIANDIS, H. C. **Culture and social behavior**. New York: McGraw-Hill, Inc. 1994.

TRIANDIS, H. C. **Individualism vs. collectivism**. Boulder, CO: Westview. 1995.

TRIANDIS, C.H. The many dimensions of Culture**, Academy of Management Executive**, Vol. 18, 1. 2004.

THOMAS, A. S. AND MUELLER, S. L. A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. **Journal of International Business Studies,** 31(2): 287-301. 2000.

TROMPENAARS, F.,HAMPDEN-TURNER, C., Riding the Waves of Culture: **Understanding Cultural Diversity in Global Business**, McGraw- Hill. 1998

TROMPENAARS, F. **Nas ondas da cultura**. Como entender a diversidade cultural nos negócios. Educator – Editora: São Paulo, 1993.

TROMPENAARS, F. Resolving international conflict: **culture and business strategy**. Business Strategy Review, Vol. 7 No.3, 51- 68. 1996.

THOMPSON, E. R. Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric, **Entrepreneurship Theory and Practice,** May, 2009.

THOMAS, W. I., ZNANIECKI, F. **The Polish Peasant in Europe and America** Volumes I and II. New York: Dover Publications, 1958 [1918]/1920]

TURAN, M. SEIL NAZHIMUDINOVA, S. & KARA, A. A Comparative Study of Entrepreneurial Attitudes and Attributes of Turkish and Kyrgyz Entrepreneurs In: M. V. Bradshaw, P. T. **Carrington, Entrepreneurship and its Economic Significance,** (pp-205-215). Nova Science Publishers, Inc.: New York, 2009.

TYLOR, E.B. [1871]. **The origins of culture**. New York: Harper and Row. 1958.

UN, UNITED NATIONS. Statistic Division. Indicators on population. New York: **Deomographic and Social Statistics**, 2012. Acesso em: jan. 2012. Disponivel em: http://unstats.un.org/unsd/demographic/products/socind/population.htm

VAN DE VIJVER, F. J. R., & POORTINGA, Y. H. (1982). Cross-cultural generalization and universality. **Journal of Cross-Cultural psychology**, 13, 387–408.

VAN HERK. H.. POORTINGA. Y. H., VERHALLEN, T. M. M. Response styles in rating scales: Evidence of method bias in data from six eu countries. **Journal of Cross-Cultural Psychology**: 35(3): 346-360. 2004.

TARA, V., STEEL, P. **Improving Cultural Indices** And Rankings Based On A Meta-Analysis Of Hofstede's Taxonomy. Paper presented at the Academy of International Business Annual Meeting, Beijing, China, 2006.

VEIGA, M. ***Crioulo ou Língua cabo-verdiana****, in* Voz di Povo, Fev 1978.

VIJVER, F.J.R. van de. **Cross-cultural research methods**. In N.J. Smelser & P.B. Baltes (Eds.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 2999-3003). Oxford: Elsevier, 2001.

VIJVER, F.J.R. van de, & POORTINGA, Y.H. Cross-cultural generalization and universality. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, 13(4), 387-408, 1982.

WEBER, E.U Personality and Risk Taking in Neil J. Smelser and Paul B. Baltes (ed) ***International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences,*** *2001, Pages 11274-11276.*

WEBER, M. **The Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism**. New York: Scribner's. 1958.

WELTER, F. Contextualizing Entrepreneurship Conceptual Challenges and Ways Forward, ***Entrepreneurship Theory and Practice***, Jan 2011, pp 165-184. 2011.

WENNEKERS, A.R.M. & THURIK, A. R. "Linking Entrepreneurship and economic growth". **Small Business Economics**, 13, pp. 27-55. 1999.

WICKER. A,W. **Attitudes versus actions**: the relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. J. Soc. Issues 25:41-78, 1969.

WHITING, J. W. M. Methods and problems in cross-cultural research. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds**.), Handbook of social psychology** (vol. II, pp. 693–728). Reading, MA: Addison-Wesley. 1968.

WONGLIMPIYARAT, J. Innovation Policies and Vc Management to Support Entrepreneurial Financing In: M. V. Bradshaw and P. T. Carrington, **Entrepreneurship and its Economic Significance**, (pp-205-215). Nova Science Publishers, Inc.: New York. 2009.

WONG, D. **Relativism**. In R Singer (Ed.), A companion to ethics (pp. 442-450). Cambridge, MA: Blackwell. 1993.

WORLD BANK. ***Africa Development Indicators***, World Bank, Washington DC, 2011.

WORLD BANK. EdStats, **World Bank**, Washington DC. 2012.

Apêndice A: Questionário Utilizado na Pesquisa

Esta pesquisa está sendo realizada com apoio da **Fundação Getulio Vargas – RJ**. **A sua participação é voluntária.** A pesquisa tem como objetivo principal compreender as relações entre valores culturais e a intenção empreendedora de estudantes universitários. É muito importante a sua participação. **Todos os resultados são anônimos e serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.**

1. Gênero: ☐ Homem ☐ Mulher 2. Idade: _____

3. Estado Civil:

☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Divorciado ☐ Separado ☐ Outros: _____

4. Natural de que ESTADO: ____ 5. Residente aqui há quanto tempo (se nasceu em outra UF) _____

6. Qual o seu curso? _____ 7.Que ano ou período? _____

8. Em que faculdade/universidade você estuda:_____

9. Renda familiar total em reais: (Base em Salários Mínimos)

☐ Até 622 ☐ 622 a 1866 ☐ 1866 a 3110

☐ 3110 a 6220 ☐ 6220 a 12440 ☐ Acima de 12440

10. Já frequentou alguma **disciplina** sobre empreendedorismo **durante o curso universitário**?

☐ Sim ☐ Não

11. Já realizou curso sobre empreendedorismo (curso de extensão/extras)?

☐ Sim ☐ Não **Se sim, foi em que modalidade?** ☐ Presencial ☐ Distância

12. Quais dos seguintes idiomas você é fluente ou tem nível avançado (leitura ou conversação):

☐ Inglês ☐ Espanhol ☐ Francês ☐ Alemão ☐ Italiano ☐ Outros: _____

13. Tem algum parente que seja empreendedor (pode marcar mais de uma opção)?

☐ Pai/Mãe ☐ Irmãos ☐ Tios/Primos ☐ Amigos ☐ Outros:_____

14. Você busca **frequentemente** informações sobre empreendedorismo e novos negócios?

☐ Sim ☐ Não

15.Se você busca informações, quais são as fontes principais (pode marcar mais de uma opção):

☐ Internet ☐ Revistas ☐ Jornais ☐ Cursos ☐ TV ☐ Outros: _____

16. Em uma escala de 0 a 10, o quanto você se considera empreendedor:

Pouco Empreendedor										**Muito Empreendedor**
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

17. Já pensou seriamente em se tornar um empreendedor (abrir uma empresa)

☐ Sim ☐ Não

18. Já pensou abrir uma empresa familiar (envolvendo outros membros da família)

☐ Sim ☐ Não

19. Após o fim da faculdade, quais são suas expectativas (marcar somente uma)

☐ Atuar como dono de negócio ☐ Funcionário público ☐ Atuar em empresa privada ☐ Outros: _____

Somente para os alunos do terceiro ano em diante. Ao terminar o curso você acredita que:

20. Está mais capacitado e qualificado para ingressar no mercado de trabalho Sim ☐ Não ☐

21. Está mais preparado para abrir o próprio negócio Sim ☐ Não ☐

INSTRUÇÕES- Descrevemos resumidamente abaixo algumas pessoas. Leia cada descrição e avalie o quanto cada uma dessas pessoas é semelhante a você. Assinale com um "X" a opção que indica o quanto a pessoa descrita se parece com você.

	Quanto esta pessoa se parece com você?					
	Se parece muito comigo	Se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece pouco comigo	Não se parece comigo	Não se parece nada comigo
1) Pensar em novas ideias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original.						
2) Ser rica é importante para ela. Ela quer ter muito dinheiro e possuir coisas caras.						
3) Ela acredita que é importante que todas as pessoas do mundo sejam tratadas com igualdade. Ela acredita que todos deveriam ter oportunidades iguais na vida.						
4) É muito importante para ela demonstrar suas habilidades. Ela quer que as pessoas admirem o que ela faz.						
5) É importante para ela viver em um ambiente seguro. Ela evita qualquer coisa que possa colocar sua segurança em perigo.						
6) Ela acha que é importante fazer várias coisas diferentes na vida. Ela sempre procura novas coisas para experimentar.						
7) Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado. Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras, mesmo quando ninguém está observando.						
8) É importante para ela ouvir as pessoas que são diferentes dela. Mesmo quando não concorda com elas, ainda quer entendê-las.						
9) Ela acha que é importante não querer mais do que se tem. Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm.						
10) Ela procura todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer.						
11) É importante para ela tomar suas próprias decisões sobre o que faz. Ela gosta de ser livre para planejar e escolher suas atividades.						
12) É muito importante para ela ajudar as pessoas ao seu redor. Ela quer cuidar do bem-estar delas.						
13) Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.						
14) A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.						
15) Ela gosta de se arriscar. Ela está sempre procurando aventuras.						
16) É importante para ela se comportar sempre corretamente. Ela quer evitar fazer qualquer coisa que as pessoas possam achar errado.						
17) É importante para ela estar no comando e dizer aos demais o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda.						
18) É importante para ela ser fiel a seus amigos. Ela quer se dedicar às pessoas próximas de si.						
19) Ela acredita firmemente que as pessoas deveriam preservar a natureza. Cuidar do meio ambiente é importante para ela.						

	Quanto esta pessoa se parece com você?					
	Se parece muito comigo	Se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece pouco comigo	Não se parece comigo	Não se parece nada comigo
20) Ser religiosa é importante para ela. Ela se esforça para seguir suas crenças religiosas.						
21) É importante para ela que as coisas estejam organizadas e limpas. Ela realmente não gosta que as coisas estejam bagunçadas.						
22) Ela acha que é importante demonstrar interesse pelas coisas. Ela gosta de ser curiosa e tentar entender todos os tipos de coisas.						
23) Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia. Promover a paz entre todos os grupos no mundo é importante para ela.						
24) Ela acha que é importante ser ambiciosa. Ela quer demonstrar o quanto é capaz.						
25) Ela acha que é melhor fazer as coisas de maneira tradicional. É importante para ela manter os costumes que aprendeu.						
26) Aproveitar os prazeres da vida é importante para ela. Ela gosta de se mimar.						
27) É importante para ela entender às necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles que conhece.						
28) Ela acredita que deve sempre respeitar seus pais e os mais velhos. É importante para ela ser obediente.						
29) Ela quer que todos sejam tratados de maneira justa, mesmo aqueles que não conhece. É importante para ela proteger os mais fracos na sociedade.						
30) Ela gosta de surpresas. É importante para ela ter uma vida emocionante.						
31) Ela se esforça para não ficar doente. Estar saudável é muito importante para ela.						
32) Progredir na vida é importante para ela. Ela se empenha em fazer melhor que os outros.						
33) Perdoar as pessoas que lhe fizeram mal é importante para ela. Ela tenta ver o que há de bom nelas e não ter rancor.						
34) É importante para ela ser independente. Ela gosta de contar consigo mesmo.						
35) Contar com um governo estável é importante para ela. Ela se preocupa com a preservação da ordem social.						
36) É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros.						
37) Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela.						
38) É importante para ela ser humilde e modesta. Ela tenta não chamar atenção para si.						
39) Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar.						
40) É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza. Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza.						

Os itens seguintes representam sentimentos e atitudes que as pessoas em geral manifestam a respeito do empreendedorismo. Responda a cada uma das afirmações marcando um X na opção de sua preferência

1	2	3	4	5
Discordo Totalmente	Discordo mais do que concordo	Não concordo nem discordo	Concordo mais do que discordo	Concordo Totalmente

	1	2	3	4	5
1. Para mim, ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens					
2. Uma carreira como empreendedor me parece atrativa					
3. Eu iniciaria uma empresa se tivesse uma oportunidade e recursos.					
4. Eu ficaria satisfeito se me tornasse um empreendedor					
5. Mesmo considerando outras opções, eu gostaria de me tornar um empreendedor.					

Se eu decidisse me tornar um empreendedor e criar minha própria empresa, como as seguintes pessoas **reagiriam a esta decisão:**

1	2	3	4	5
Desaprovariam a decisão	**Desaprovariam mais do que aprovariam**	**Não aprovariam nem desaprovariam**	**Aprovariam mais do que desaprovariam**	**Aprovariam a decisão**

	1	2	3	4	5
6. A minha família					
7. Meus amigos					
8. Meus colegas (trabalho/faculdade)					

Responda a cada uma das afirmações marcando um X na opção de sua preferência.

1	2	3	4	5
Discordo Totalmente	**Discordo mais do que concordo**	**Não concordo nem discordo**	**Concordo mais do que discordo**	**Concordo Totalmente**

	1	2	3	4	5
9. Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim					
10. Estou preparado para iniciar uma empresa que seja viável financeiramente					
11. O processo de criação de uma nova empresa é algo que eu posso fazer (passo a passo burocrático)					
12. Eu sei como preparar um projeto para criação de uma nova empresa (plano de negócios, por exemplo)					
13. Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa					
14. Eu teria uma grande chance de sucesso se tentasse iniciar minha empresa					
15. Eu já pensei em criar a minha própria empresa					
16. Eu tenho planos para iniciar a minha empresa					
17. Eu criarei minha própria empresa nos próximos cinco anos					
18. Estou pronto para fazer tudo o que for necessário para me tornar um empreendedor					
19. Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor					
20. Eu me esforçarei o máximo para abrir e manter o meu próprio negócio					
21. Estou determinado em criar uma empresa no futuro					
22. Eu já pensei seriamente em iniciar minha própria empresa					
23. Eu tenho uma intenção real de iniciar uma empresa algum dia					

Apêndice B: Variáveis da Escala de Valores Humanos Schwartz (2001)

V	QUESTÕES
V1	Pensar em novas ideias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original.
V2	Ser rica é importante para ela. Ela quer ter muito dinheiro e possuir coisas caras.
V3	Ela acredita que é importante que todas as pessoas do mundo sejam tratadas com igualdade. Ela acredita que todos deveriam ter oportunidades iguais na vida.
V4	É muito importante para ela demonstrar suas habilidades. Ela quer que as pessoas admirem o que ela faz.
V5	É importante para ela viver em um ambiente seguro.Ela evita qualquer coisa que possa colocar sua segurança em perigo.
V6	Ela acha que é importante fazer várias coisas diferentes na vida. Ela sempre procura novas coisas para experimentar.
V7	Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado. Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras, mesmo quando ninguém está observando.
V8	É importante para ela ouvir as pessoas que são diferentes dela. Mesmo quando não concorda com elas, ainda quer entendê-las.
V9	Ela acha que é importante não querer mais do que se tem. Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm.
V10	Ela procura todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer.
V11	É importante para ela tomar suas próprias decisões sobre o que faz. Ela gosta de ser livre para planejar e escolher suas atividades.
V12	É muito importante para ela ajudar as pessoas ao seu redor. Ela quer cuidar do bem-estar delas.
V13	Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.
V14	A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.
V15	Ela gosta de se arriscar. Ela está sempre procurando aventuras.
V16	É importante para ela se comportar sempre corretamente. Ela quer evitar fazer qualquer coisa que as pessoas possam achar errado.
V17	É importante para ela estar no comando e dizer aos demais o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda.
V18	É importante para ela ser fiel a seus amigos. Ela quer se dedicar às pessoas próximas de si.
V19	Ela acredita firmemente que as pessoas deveriam preservar a natureza. Cuidar do meio ambiente é importante para ela.
V20	Ser religiosa é importante para ela. Ela se esforça para seguir suas crenças religiosas.
V21	É importante para ela que as coisas estejam organizadas e limpas. Ela realmente não gosta que as coisas estejam bagunçadas.
V22	Ela acha que é importante demonstrar interesse pelas coisas. Ela gosta de ser curiosa e tentar entender todos os tipos de coisas.
V23	Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia. Promover a paz entre todos os grupos no mundo é mportante para ela.
V24	Ela acha que é importante ser ambiciosa. Ela quer demonstrar o quanto é capaz.
V25	Ela acha que é melhor fazer as coisas de maneira tradicional. É importante para ela manter os costumes que aprendeu.
V26	Aproveitar os prazeres da vida é importante para ela. Ela gosta de se mimar.
V27	É importante para ela entender às necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles que conhece.
V28	Ela acredita que deve sempre respeitar seus pais e os mais velhos. É importante para ela ser obediente.
V29	Ela quer que todos sejam tratados de maneira justa, mesmo aqueles que não conhece. É importante para ela proteger os mais fracos na sociedade.
V30	Ela gosta de surpresas. É importante para ela ter uma vida emocionante.
V31	Ela se esforça para não ficar doente. Estar saudável é muito importante para ela.
V32	Progredir na vida é importante para ela. Ela se empenha em fazer melhor que os outros.
V33	Perdoar as pessoas que lhe fizeram mal é importante para ela. Ela tenta ver o que há de bom nelas e não ter rancor.
V34	É importante para ela ser independente. Ela gosta de contar consigo mesmo.
V35	Contar com um governo estável é importante para ela. Ela se preocupa com a preservação da ordem social.
V36	É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros.
V37	Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela.
V38	É importante para ela ser humilde e modesta. Ela tenta não chamar atenção para si.
V39	Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar.
V40	É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza. Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza.

Apêndice C: Variáveis Questionário Intenção Empreendedora (Liñán & Chen,2009)

Constructo	Variável	Conteúdo
Atitudes Pessoais	P1	Para mim, ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens
	P2	Uma carreira como empreendedor me parece atrativa
	P3	Se eu tivesse uma oportunidade e recursos necessários eu gostaria de abrir uma empresa
	P4	Ser um empreendedor me traria grande satisfação
	P5	Mesmo considerando outras opções, eu preferiria me tornar um empreendedor.
Normas Subjetivas	P6	A minha família (como reagiria a decisão de se tornar um empreendedor)
	P7	Meus amigos (como reagiria a decisão de se tornar um empreendedor)
	P8	Meus colegas (trabalho/faculdade) (como reagiria a decisão de se tornar um empreendedor)
Percepção Controle	P9	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.
	P10	Estou preparado para iniciar uma empresa que seja viável financeiramente.
	P11	O processo de criação de uma nova empresa é algo que eu posso fazer.
	P12	Eu sei como preparar um projeto para criação de uma nova empresa (plano de negócios, por exemplo).
	P13	Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa.
	P14	Se eu tentasse abrir uma empresa, eu teria uma grande chance de sucesso.
Intenção Empreendedora (Thompson,2009)	P15	Eu já pensei em criar a minha própria empresa.
	P16	Eu tenho planos para iniciar a minha empresa.
	P17	Eu criarei minha própria empresa nos próximos cinco anos.
Intenção Empreendedora	P18	Estou pronto para fazer tudo o que for necessário para me tornar um empreendedor.
	P19	Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor.
	P20	Farei todos os esforços para criar e manter o meu próprio negócio.
	P21	Estou decidido em criar uma empresa no futuro.
	P22	Eu já pensei muito seriamente em iniciar minha própria empresa.
	P23	Eu tenho uma intenção real de iniciar uma empresa algum dia.

Apêndice D: MODELO DE COMPUTACAO DA ESCALA DE SCHWARTZ

MODIFICADO PARA A PRESENTE PESQUISA – PROGRAMA ORIGINAL DISPONIVEL EM:

Schwartz, S. H. Draft Users Manual: Proper Use of the Schwarz Value Survey, compiled by Romie F. Littrell. Auckland, New Zealand: Centre for Cross Cultural Comparisons, http://www.crossculturalcentre.homestead.com. version 14 January 2009.

Schwartz SH, Melech G, Lehrnami A, Burgess S, Harris M, Owens V. 2001. Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. Journal of Cross-Cultural Psychology 32:519-42

```
*Cleaning PVQ data to see if any scores were used too often.
COUNT C1=pvq_1 to pvq_40(1).
COUNT C2=pvq_1 to pvq_40(2).
COUNT C3=pvq_1 to pvq_40(3).
COUNT C4=pvq_1 to pvq_40(4).
COUNT C5=pvq_1 to pvq_40(5).
COUNT C6=pvq_1 to pvq_40(6).
COUNT C8=pvq_1 to pvq_40(SYSMIS).
do IF (C1 GE 28 OR C2 GE 28 OR C3 GE 28 OR C4 GE 28
        OR C5 GE 28 OR C6 GE 28 OR C8 GE 15).
compute i=1 .
else .
compute i=2.
end if.
freq var=i.
exe.

USE ALL.
COMPUTE filter_$=(i=2).
VARIABLE LABELS filter_$ 'i=2 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMATS filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.

** computing indexes of value types. These will be used in regressions ***

* compute PVQ scores.
compute Pconformity=mean(PVQ_7, PVQ_16, PVQ_28, PVQ_36).
compute Ptradition=mean(PVQ_9, PVQ_20, PVQ_25, PVQ_38).
compute Pbenov=mean(PVQ_12, PVQ_18, PVQ_27, PVQ_33).
compute Punivers=mean(PVQ_3, PVQ_8, PVQ_19, PVQ_23, PVQ_29, PVQ_40).
compute Pself=mean(PVQ_1, PVQ_11, PVQ_22, PVQ_34).
compute Pstim=mean(PVQ_6, PVQ_15, PVQ_30).
compute Phedon=mean(PVQ_10, PVQ_26, PVQ_37).
compute Pachieve=mean(PVQ_4, PVQ_13, PVQ_24, PVQ_32).
compute Ppower=mean(PVQ_2, PVQ_17, PVQ_39).
compute Psecurity=mean(PVQ_5, PVQ_14, PVQ_21, PVQ_31, PVQ_35).
compute Popen=mean (Pself, Pstim).
compute Pselfenh=mean (Phedon, Pachieve, Ppower).
compute Pselftran=mean (Punivers, Pbenov).
compute Pconserv=mean (Ptradition, Pconformity, Psecurity).

compute MRAT=mean(PVQ_1 to PVQ_40).


DO REPEAT  s = PVQ_1 to PVQ_40 /
  t = t1 TO t40    .
```

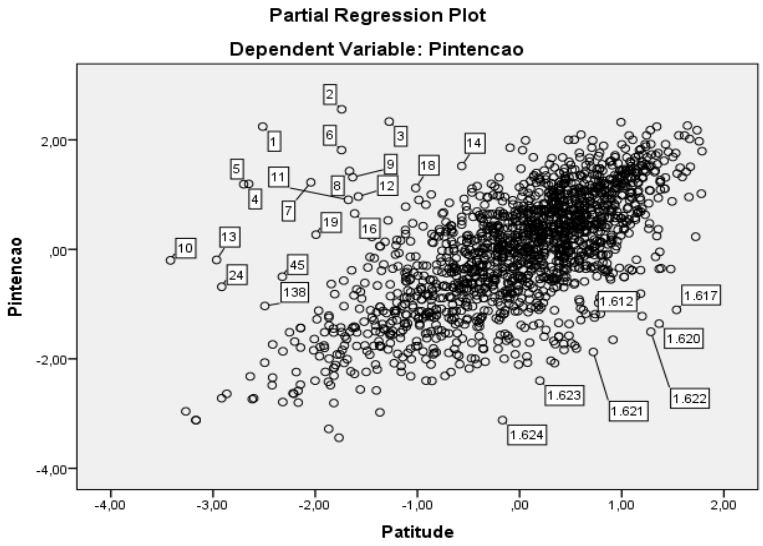
```
COMPUTE t = (s - mrat).
END REPEAT.

* compute mean centered PVQ scores.
compute Mconformity=mean(t7, t16, t28, t36).
compute Mtradition=mean(t9, t20, t25, t38).
compute Mbenov=mean(t12, t18, t27, t33).
compute Munivers=mean(t3, t8, t19, t23, t29, t40).
compute Mself=mean(t1, t11, t22, t34).
compute Mstim=mean(t6, t15, t30).
compute Mhedon=mean(t10, t26, t37).
compute Machieve=mean(t4, t13, t24, t32).
compute Mpower=mean(t2, t17, t39).
compute Msecurity=mean(t5, t14, t21, t31, t35).
compute Mopen=mean (Mself, Mstim).
compute Mselfenh=mean (Mhedon, Machieve, Mpower).
compute Mselftran=mean (Munivers, Mbenov).
compute Mconserv=mean (Mtradition, Mconformity, Msecurity).
execute.
```

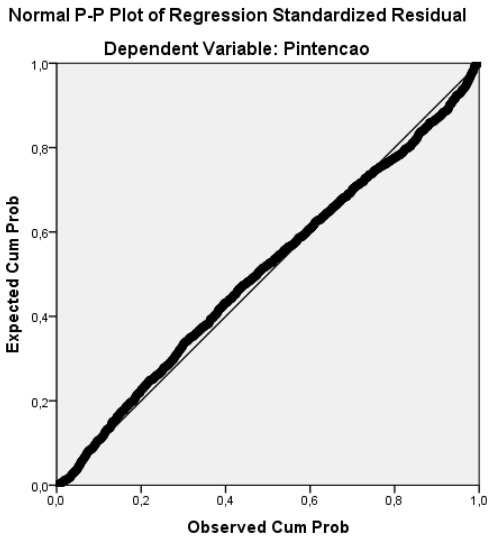
Compute reliabilities

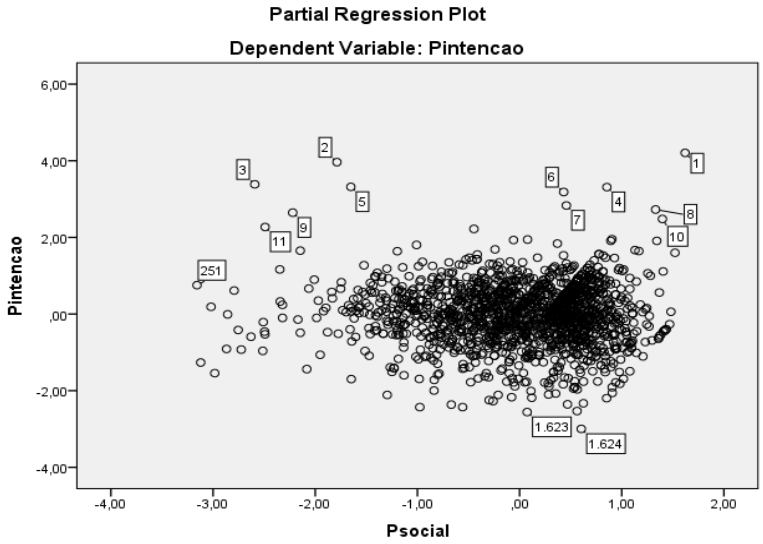
```
RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_2 PVQ_17 PVQ_39
  /SCALE('Power') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_4 PVQ_13 PVQ_24 PVQ_32
  /SCALE('Acheivement') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_10 PVQ_26 PVQ_37
  /SCALE('Hedonism') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_6 PVQ_15 PVQ_30
  /SCALE('Stimulation') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_1 PVQ_11 PVQ_22 PVQ_34
  /SCALE('Self direction') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_3 PVQ_8 PVQ_19 PVQ_23 PVQ_29 PVQ_40
  /SCALE('Universalism') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_12 PVQ_18 PVQ_27 PVQ_33
  /SCALE('Benevolence') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_7 PVQ_16 PVQ_28 PVQ_36
  /SCALE('Conformity') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

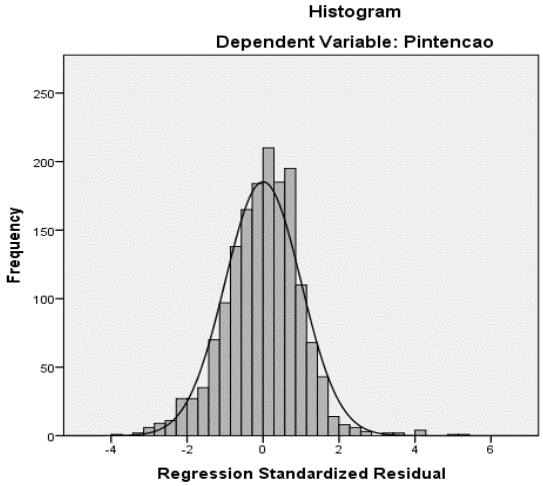
```
RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_9 PVQ_20 PVQ_25 PVQ_38
  /SCALE('Tradition') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_5 PVQ_14 PVQ_21 PVQ_31 PVQ_35
  /SCALE('Security') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_2 PVQ_17  PVQ_39 PVQ_4 PVQ_13 PVQ_24 PVQ_32 PVQ_10 PVQ_26
PVQ_37
  /SCALE('Self Enhancement') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_3 PVQ_8 PVQ_19 PVQ_23 PVQ_29 PVQ_40  PVQ_12 PVQ_18 PVQ_27
PVQ_33
  /SCALE('Self Transcendence') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_1 PVQ_11 PVQ_22 PVQ_34 PVQ_6 PVQ_15 PVQ_30
  /SCALE('Openness to Change') ALL
  /MODEL=ALPHA.

RELIABILITY
  /VARIABLES=PVQ_7 PVQ_16 PVQ_28 PVQ_36 PVQ_5 PVQ_14 PVQ_21 PVQ_31 PVQ_35
PVQ_9 PVQ_20 PVQ_25 PVQ_38
  /SCALE('Conservation') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

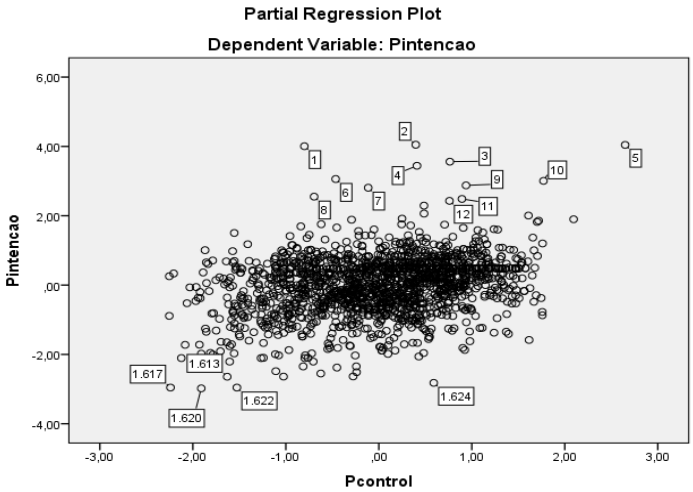
Apêndice E: Detecção de resíduos e Outliers




Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Pintencao
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob







Estatísticas Residuais

	Minimum	Maximum	N
Predicted Value	,6700	4,9833	1516
Std. Predicted Value	-3,199	1,712	1516
Standard Error of Predicted Value	,020	,098	1516
Adjusted Pred, Value	,6674	4,9832	1516
Residual	-2,98344	4,25188	1516
Std. Residual	-3,796	5,410	1516
Deleted Residual	-3,800	5,438	1516
Mahal. Distance	-2,98842	4,29448	1516
Cook's Distance	-3,817	5,490	1516
Centered Leverage Value	,026	22,735	1516

Variável Dependente: Intenção Empreendedora

R2 – anterior = 0,555

R2 – remoção outliers =

Apêndice F: Outliers removidos Analise de Regressão

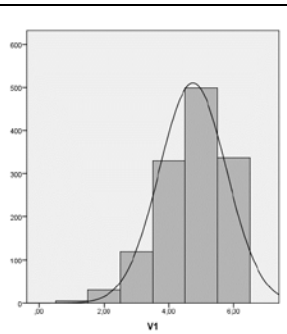
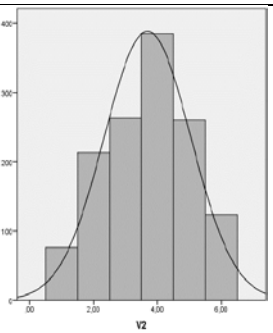
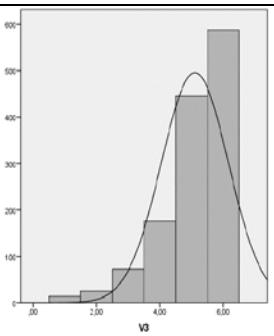
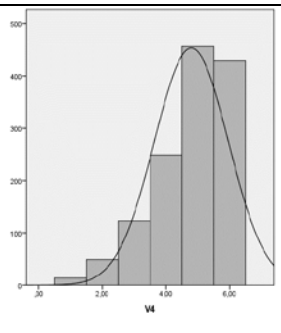
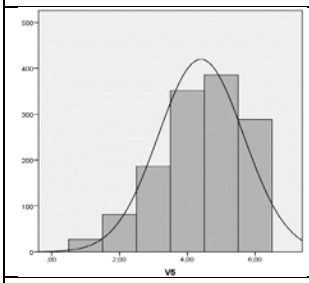
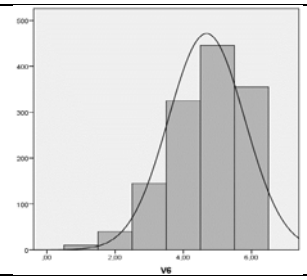
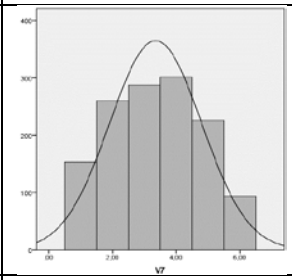
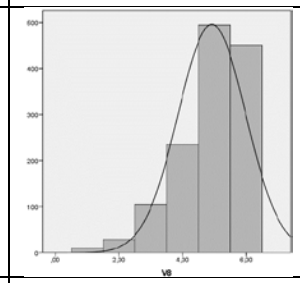
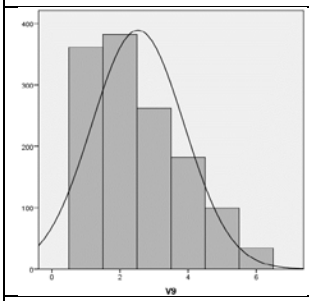
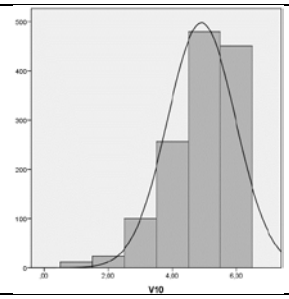
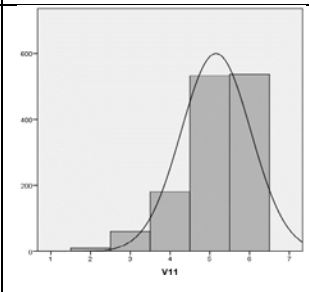
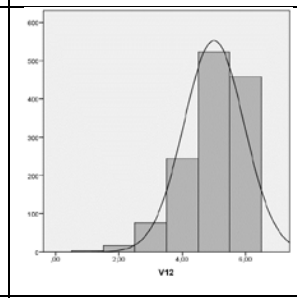
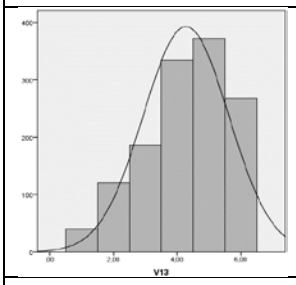
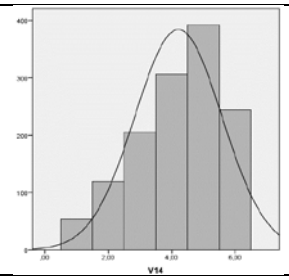
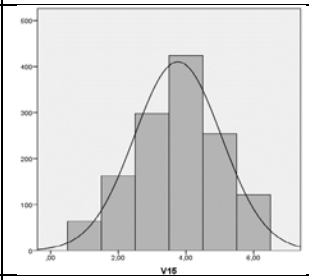
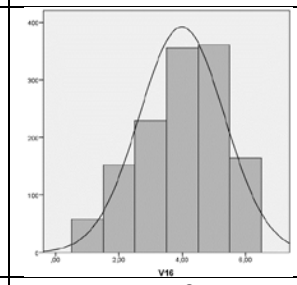
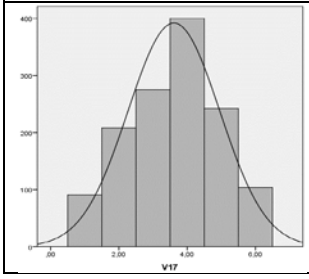
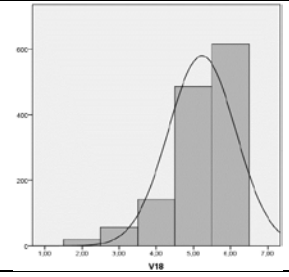
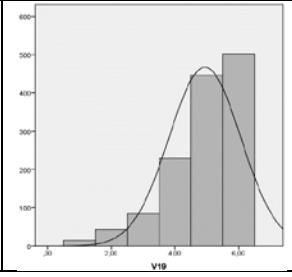
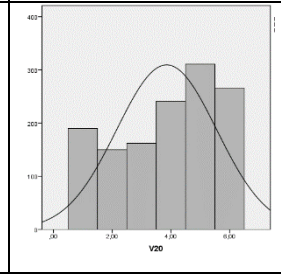
CASO	Região de Coleta	Deleted Residual	Standardized Residual	Mahalanobis Distance	DFFIT	Standardized DFFIT
5	Nordeste	-2,98344	-3,7964	1,52209	-0,00497	-0,15583
49	Nordeste	4,25188	5,41048	14,02916	0,0426	0,54949
66	Nordeste	3,34766	4,25987	10,27879	0,02511	0,37244
73	Nordeste	-2,45334	-3,12185	6,5951	-0,01236	-0,22279
85	Nordeste	-1,33113	-1,69385	18,33551	-0,01721	-0,19395
633	Norte	-2,38359	-3,03309	1,82574	-0,00445	-0,13158
1029	Nordeste	3,34745	4,2596	19,23257	0,04531	0,5018
1056	Nordeste	3,94345	5,01801	14,79447	0,04154	0,52199
1062	Nordeste	2,53425	3,22481	17,43109	0,03121	0,36121
1164	Sudeste	2,76161	3,51412	7,29225	0,0152	0,2624
1319	Nordeste	-2,45326	-3,12175	2,02998	-0,00492	-0,14028
1322	Nordeste	3,31248	4,2151	22,73488	0,05272	0,53903
1386	Sudeste	0,13179	0,16771	17,54269	0,00163	0,01878
1403	Sudeste	-0,6293	-0,80077	20,42789	-0,00903	-0,09659
1415	Sudeste	-2,35209	-2,99302	1,80653	-0,00436	-0,12939
1425	Sudeste	-1,01741	-1,29464	17,14001	-0,01233	-0,14341
1426	Sudeste	-0,4573	-0,58191	20,11704	-0,00646	-0,06966
1470	Sudeste	-2,53311	-3,22336	5,13745	-0,0103	-0,20663
1480	Cabo Verde	2,85494	3,63288	6,79545	0,01476	0,263
1490	Cabo Verde	-2,33377	-2,9697	9,06826	-0,01561	-0,24434
1511	Cabo Verde	0,56521	0,71922	17,35737	0,00693	0,08013
1545	Cabo Verde	2,61721	3,33037	17,40444	0,03218	0,37284
1553	Cabo Verde	0,86678	1,10297	18,23163	0,01114	0,12587
1735	Centro-Oeste	-2,02399	-2,5755	7,02043	-0,01077	-0,18874
716	Centro-Oeste	-2,55836	-3,25549	0,1339	-0,00192	-0,08939
1537	Cabo Verde	-2,18419	-2,77936	1,40649	-0,00347	-0,11118

Apêndice G: Assimetria e Curtose das Variáveis

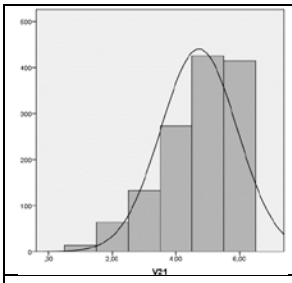
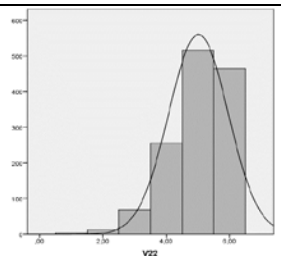
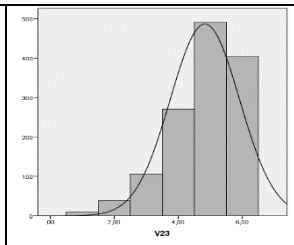
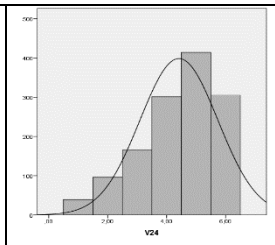
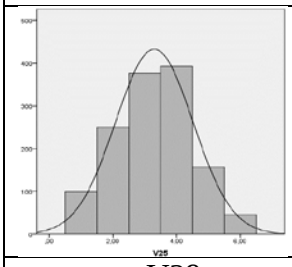
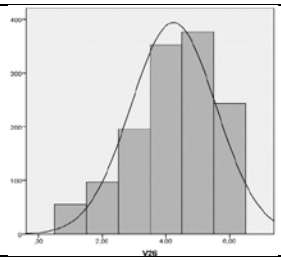
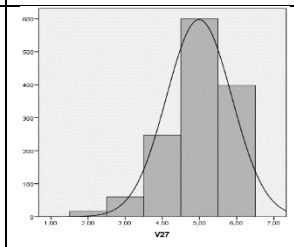
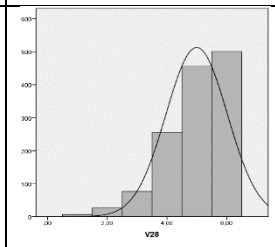
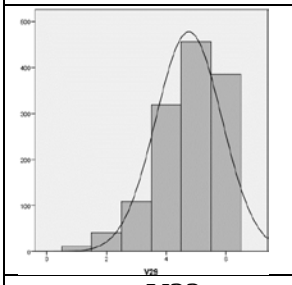
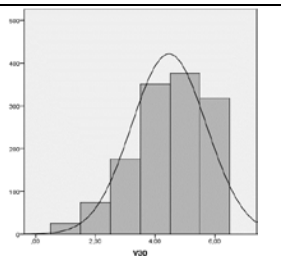
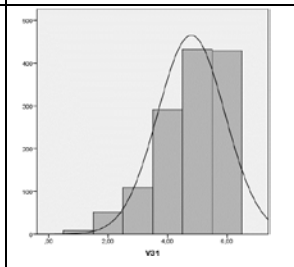
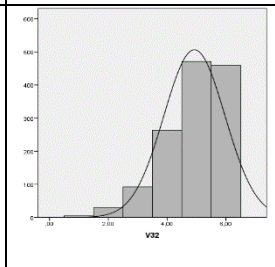
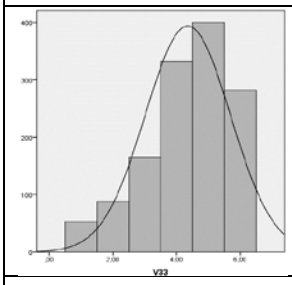
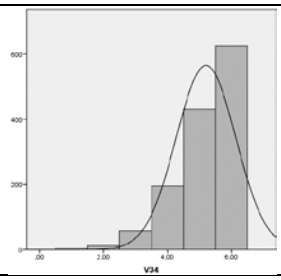
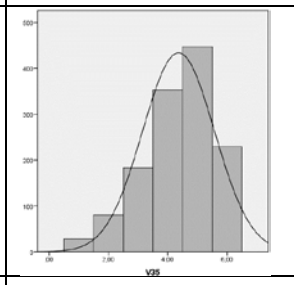
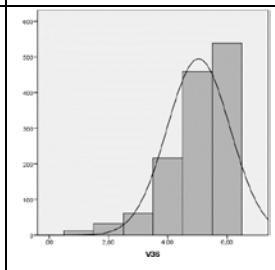
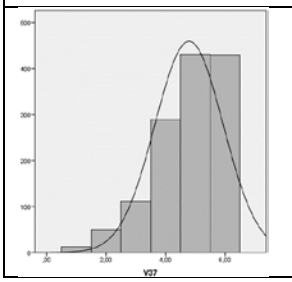
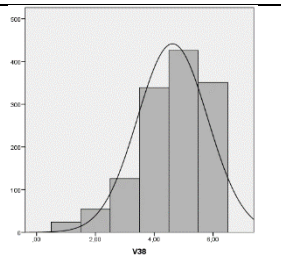
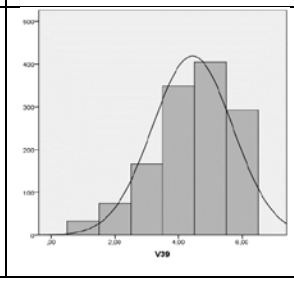
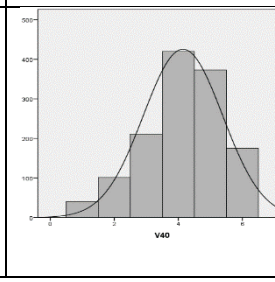
		Intervalo de confiança 95%			Intervalo de confiança 95%				Intervalo de confiança 95%			Intervalo de confiança 95%	
	Assimetria	LI	LS	Curt.	LI	LS		Assimetria	LI	LS	Curt.	LI	LS
M1	-,435	-,553	-,312	,014	-,251	,287	P1	-,664	-,747	-,569	-,306	,137	-,306
M2	-,085	-,164	-,010	-,705	-,810	-,603	P2	-,962	-1,050	-,875	,030	,545	,030
M3	-1,121	-1,258	-,975	1,751	1,241	2,278	P3	-1,368	-1,482	-1,269	,697	1,479	,697
M4	-,745	-,845	-,647	,223	-,021	,494	P4	-1,001	-1,092	-,910	-,026	,491	-,026
M5	-,536	-,634	-,431	-,064	-,275	,167	P5	-,529	-,600	-,454	-,845	-,605	-,845
M6	-,578	-,708	-,447	,303	-,101	,682	P6	-1,316	-1,424	-1,205	,603	1,386	,603
M7	,031	-,045	,107	-,722	-,820	-,609	P7	-1,077	-1,213	-,935	,193	1,327	,193
M8	-,734	-,848	-,603	,587	,229	,946	P8	-,939	-1,059	-,823	-,195	,583	-,195
M9	,481	,401	,561	-,575	-,725	-,419	P9	-,076	-,152	-,001	-,802	-,617	-,802
M10	-,829	-,966	-,689	,889	,494	1,288	P10	,122	,047	,191	-1,100	-,959	-1,100
M11	-,763	-,898	-,626	,774	,312	1,207	P11	-,240	-,314	-,171	-,958	-,786	-,958
M12	-,758	-,925	-,594	1,059	,444	1,687	P12	-,205	-,274	-,136	-1,139	-,987	-1,139
M13	-,477	-,565	-,387	-,327	-,496	-,128	P13	-,051	-,119	,025	-1,078	-,937	-1,078
M14	-,501	-,592	-,409	-,309	-,479	-,116	P14	-,304	-,383	-,218	-,353	-,085	-,353
M15	-,155	-,242	-,074	-,399	-,534	-,268	P15	-1,071	-1,177	-,984	-,308	,223	-,308
M16	-,339	-,427	-,256	-,388	-,532	-,235	P16	-,333	-,411	-,262	-1,267	-1,104	-1,267
M17	-,123	-,203	-,047	-,582	-,697	-,457	P17	,049	-,014	,116	-1,234	-1,088	-1,234
M18	-,988	-1,100	-,864	1,112	,739	1,494	P18	-,018	-,085	,045	-1,188	-1,050	-1,188
M19	-,960	-1,076	-,841	,883	,515	1,293	P19	-,039	-,109	,028	-1,288	-1,157	-1,288
M20	-,324	-,396	-,240	-,973	-1,070	-,872	P20	-,319	-,392	-,251	-1,215	-1,055	-1,215
M21	-,772	-,878	-,666	,399	,105	,676	P21	-,399	-,474	-,331	-1,138	-,957	-1,138
M22	-,724	-,904	-,556	,859	,224	1,494	P22	-,731	-,818	-,651	-,907	-,575	-,907
M23	-,784	-,909	-,667	,702	,330	1,097	P23	-,687	-,768	-,607	-,931	-,635	-,931
M24	-,667	-,752	-,585	-,071	-,264	,134							
M25	,069	-,025	,155	-,355	-,490	-,219							
M26	-,491	-,582	-,401	-,232	-,385	-,057							
M27	-,597	-,746	-,460	,535	,149	,998							
M28	-,768	-,900	-,644	,661	,278	1,108							
M29	-,661	-,787	-,522	,423	,046	,773							
M30	-,594	-,693	-,497	,099	-,139	,354							
M31	-,740	-,852	-,606	,411	,070	,757							
M32	-,764	-,927	-,606	,812	,221	1,462							
M33	-,670	-,758	-,583	,073	-,116	,282							
M34	-1,009	-1,173	-,841	1,366	,757	2,024							
M35	-,522	-,627	-,418	,041	-,177	,280							
M36	-,999	-1,137	-,854	1,286	,772	1,820							
M37	-,690	-,794	-,583	,267	-,001	,549							
M38	-,720	-,835	-,605	,521	,232	,860							
	-,539	-,636	-,434	,020	-,180	,215							
	-,454	-,549	-,363	-,005	-,172	,186							

LI – Limite Inferior | LS – Limite Superior do Intervalo de Confiança
M1 a M 40 - Variáveis da Escala de Valores - Centradas na Média individual
P1 a P23 – Variáveis do Questionário de Intenção Empreendedora.
Bootstrap realizado com 1000 amostras

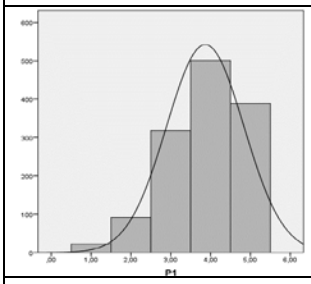
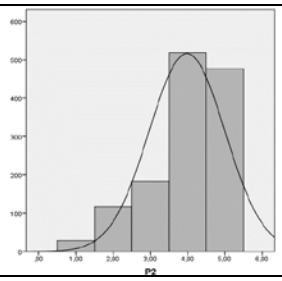
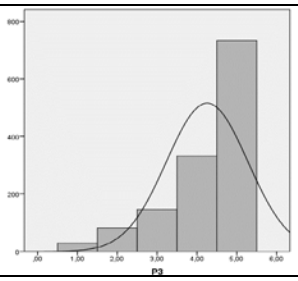
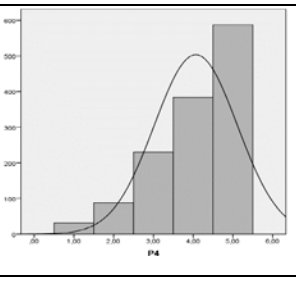
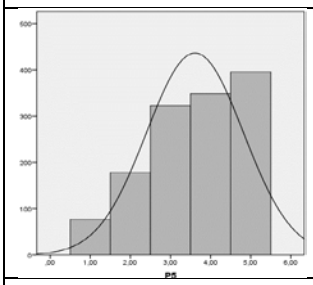
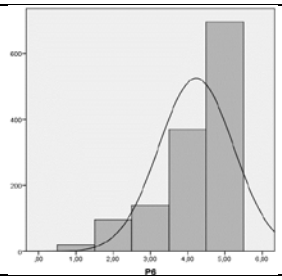
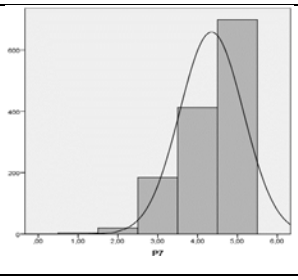
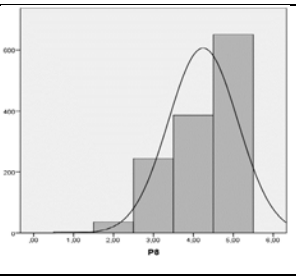
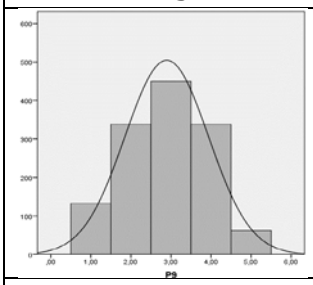
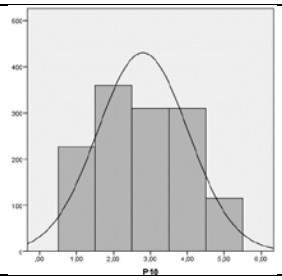
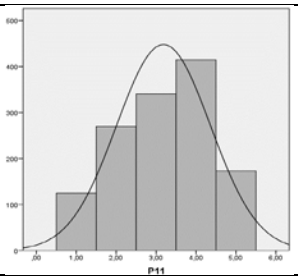
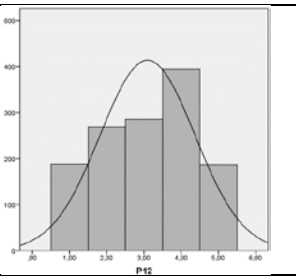
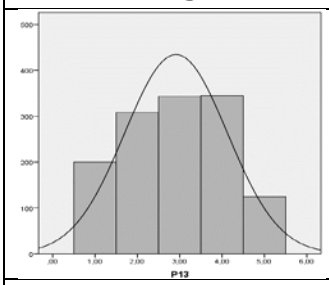
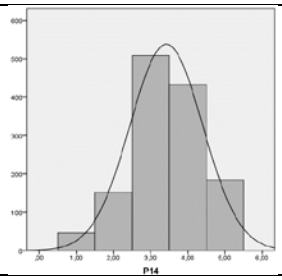
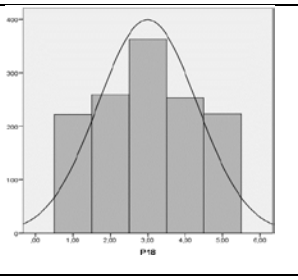
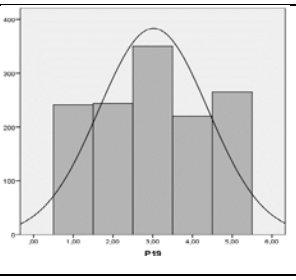
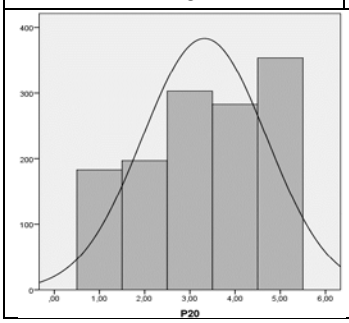
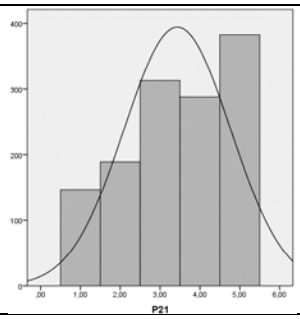
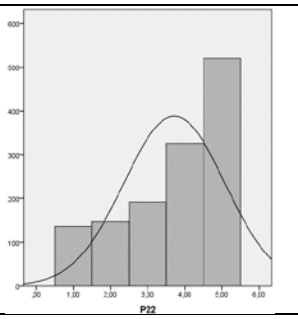
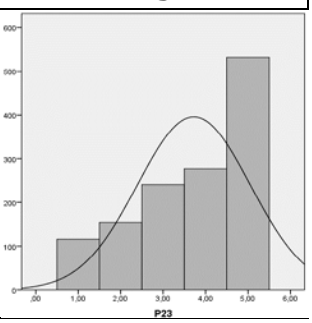
Apêndice H: Distribuição de Frequências das Variáveis de Valores Humanos e Questionário Intenção Empreendedora

V1	V2	V3	V4
			
V5	V6	V7	V8
			
V9	V10	V11	V12
			
V13	V14	V15	V16
			
V17	V18	V19	V20
			

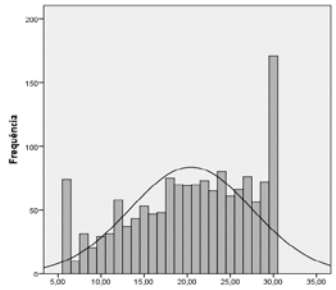
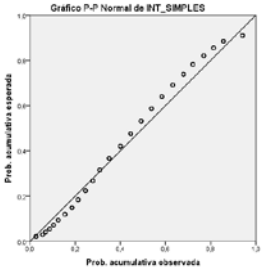
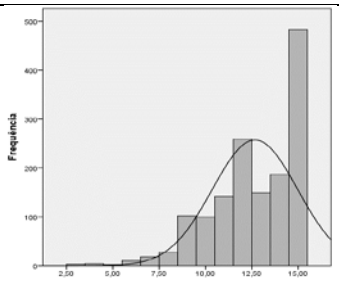
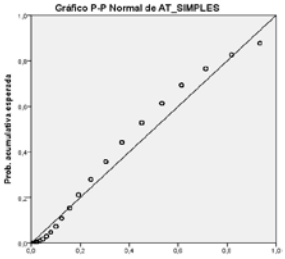
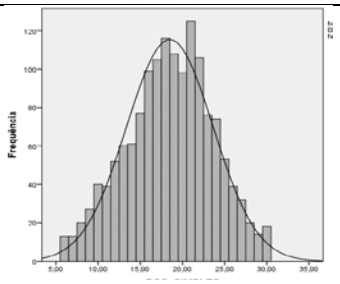
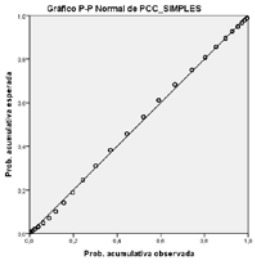
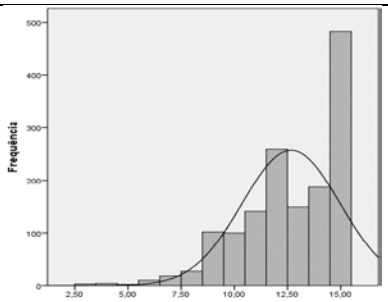
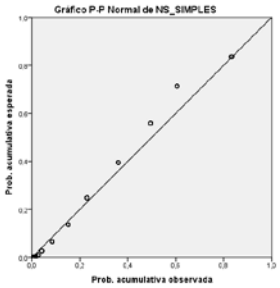
V21	V22	V23	V24

			
V25	V26	V27	V28
			
V29	V30	V31	V32
			
V33	V34	V35	V36
			
V37	V38	V39	V40
			

Distribuição de Frequências das Variáveis de Intenção Empreendedora

P1	P2	P3	P4
			
P5	**P6**	**P7**	**P8**
			
P9	**P10**	**P11**	**P12**
			
P13	**P14**	**P18**	**P19**
			
P20	**P21**	**P22**	**P23**
			

Distribuição de Frequências das Variáveis de Intenção Empreendedora Soma Simples

INTENCAO_SIMPLES	
	
ATITUDE_SIMPLES	
	
PERCEPCAO_SIMPLES	
	
NORMA SOCIAL_SIMPLES	
	

Apêndice I: Teste de Normalidade – Divido por Região de Coleta

Um teste Kolmogorov-Smirnov de uma amostra

Regiao Geográfica				Patitude	Psocial	Pcontrol	Pintencao
Norte	N			98	98	98	98
	Normal Parameters[a,b]	Média		3,9816	4,3197	2,7595	3,4461
		Desvio padrão		1,00559	,67676	,87141	1,18715
	Kolmogorov-Smirnov Z			1,698	2,078	,861	1,264
	Sig. Assint. (2 caudas)			,006	,000	,449	,082
	Sig. Monte Carlo (2 extremidades)	Sig.		,005[c]	,000[c]	,425[c]	,074[c]
		IC 95%	Limite inferior	,004	0,000	,415	,069
			Limite superior	,006	,000	,435	,079
Nordeste	N			283	283	283	283
	Normal Parameters[a,b]	Média		3,9173	4,2709	3,0389	3,6199
		Desvio padrão		,85789	,73015	,89052	1,09114
	Kolmogorov-Smirnov Z			2,142	3,626	1,044	1,834
	Sig. Assint. (2 caudas)			,000	0,000	,226	,002
	Sig. Monte Carlo (2 extremidades)	Sig.		,000[c]	,000[c]	,212[c]	,002[c]
		IC 95%	Limite inferior	0,000	0,000	,204	,001
			Limite superior	,000	,000	,220	,003
Centro-Oeste	N			136	136	136	136
	Normal Parameters[a,b]	Média		3,5221	4,0515	2,7248	3,0242
		Desvio padrão		,98045	,77606	,91855	1,18743
	Kolmogorov-Smirnov Z			,989	1,535	,666	1,032
	Sig. Assint. (2 caudas)			,282	,018	,766	,237
	Sig. Monte Carlo (2 extremidades)	Sig.		,269c	,016c	,748c	,228c
		IC 95%	Limite inferior	,260	,013	,740	,220
			Limite superior	,278	,018	,757	,236
Sul	N			366	366	366	366
	Normal Parameters[a,b]	Média		3,9503	4,3188	3,2143	3,6655
		Desvio padrão		,92954	,72723	,78230	1,16664
	Kolmogorov-Smirnov Z			2,475	3,830	1,586	2,417
			Sig. Assint. (2 caudas)	,000	0,000	,013	,000
	Sig. Monte Carlo (2 extremidades)	Sig.		,000[c]	,000[c]	,009[c]	,000[c]
		IC 95%	Limite inferior	0,000	0,000	,007	0,000
			Limite superior	,000	,000	,011	,000
Sudeste	N			505	505	505	505
	Normal Parameters[a,b]	Média		3,7469	4,2719	3,0758	3,3827
		Desvio padrão		,95885	,75533	,89372	1,18376
	Kolmogorov-Smirnov Z			2,584	3,879	1,232	1,931
	Sig. Assint. (2 caudas)			,000	0,000	,096	,001
	Sig. Monte Carlo (2 extremidades)	Sig.		,000[c]	,000[c]	,089[c]	,001[c]
		IC 95%	Limite inferior	0,000	0,000	,083	,000
			Limite superior	,000	,000	,094	,001
Cabo Verde	N			102	102	102	102
	Normal Parameters[a,b]	Média		4.1392	4.0915	3.2101	3.7731
		Desvio padrão		.70573	.80722	.81996	.96877
	Kolmogorov-Smirnov Z			1.465	1.358	1.324	1.541
	Sig. Assint. (2 caudas)			.027	.050	.060	.017
	Sig. Monte Carlo (2 extremidades)	Sig.		.025[c]	.049[c]	.057[c]	.016[c]
		Intervalo de	Limite inferior	.022	.045	.052	.013
			Limite superior	.028	.053	.061	.018

a. A distribuição do teste é Normal.

b. Calculado dos dados.

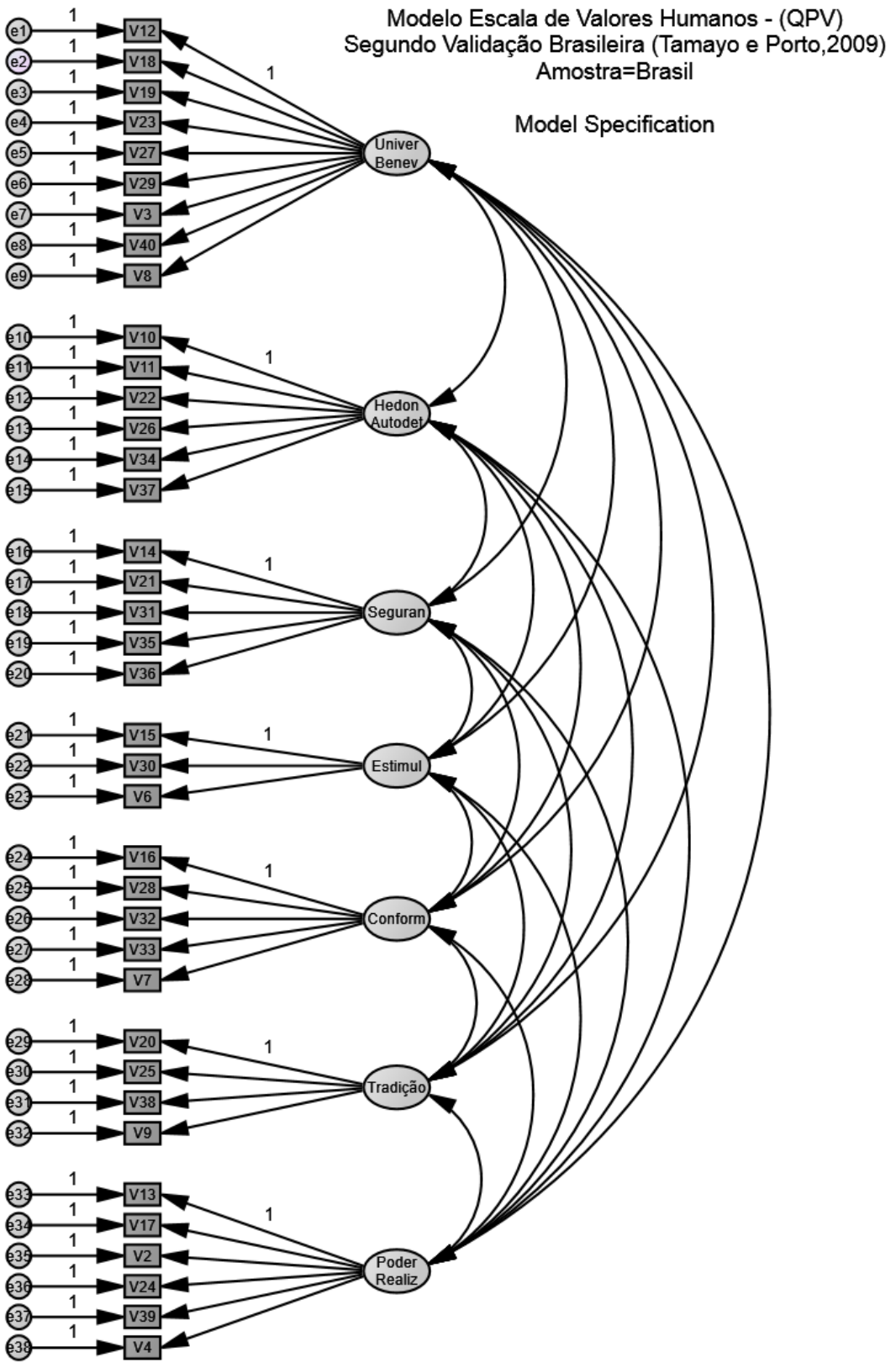
c. Baseado em 10000 tabelas amostradas com valor inicial 1084288993.

Apêndice J: Residuais da CFA - Questionário de Intenção Empreendedora

Standardized Residual Covariances (Brasil - Default model)

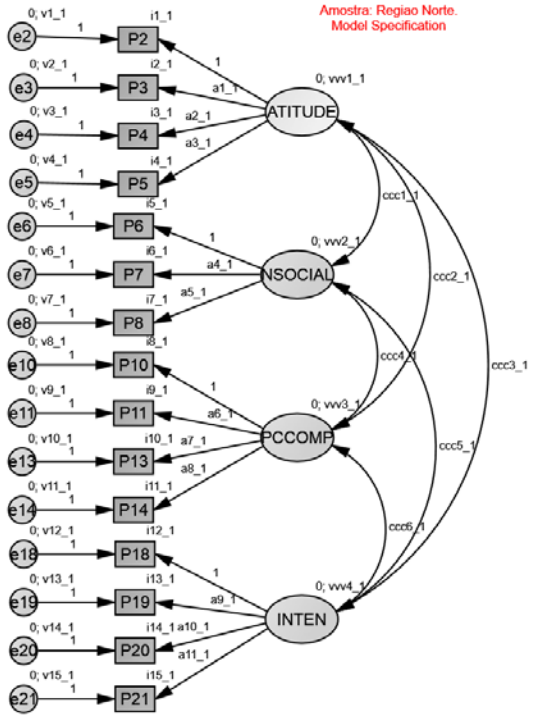
	P21	P20	P19	P18	P14	P13	P10	P11	P8	P7	P6	P5	P4	P3	P2
P21	0,922														
P20	0,015	0,743													
P19	-0,325	-0,379	0,667												
P18	-1,012	-0,3	0,843	1,493											
P14	0,266	-0,033	-0,165	1,665	0,911										
P13	-3,411	-4,098	-2,679	-0,496	-0,553	1,755									
P10	-0,834	0,677	0,143	2,459	-0,193	-1,799	0,745								
P11	-2,671	-1,972	-1,402	0,757	-1,286	2,326	0,351	1,511							
P8	0,414	-0,157	-0,759	-0,278	-0,081	-0,805	-0,627	-0,295	1,825						
P7	0,256	-0,531	-1,378	-0,492	0,387	-2,457	-1,889	0,6	1,578	2,83					
P6	3,254	2,744	2,575	2,95	3,386	0,37	1,788	2,475	-0,272	1,54	0,884				
P5	2,036	0,37	1,138	0,513	1,257	-4,348	0,752	-1,594	0,15	-1,187	2,913	1,669			
P4	1,849	1,127	0,401	0,182	2,004	-3,322	1,109	-0,969	1,431	1,018	3,205	1,561	2,405		
P3	2,663	1,627	0,047	-0,094	1,316	-4,547	1,079	-0,698	0,844	0,834	2,165	0,738	2,264	2,87	
P2	1,684	0,309	0,188	0,05	2,633	-3,48	1,554	-0,038	-0,054	0,584	2,84	1,6	2,437	3,517	2,673

Apêndice K: Modelo de Valores Humanos – Validacao Brasileira – Tamayo e Porto (2009)

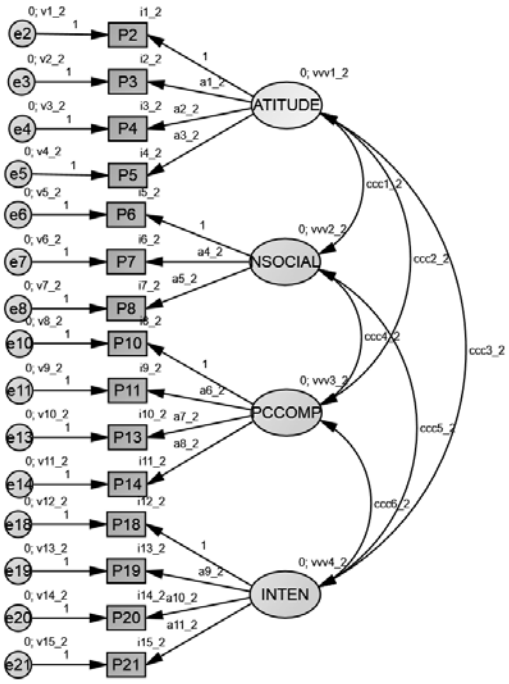


Apêndice L: Modelos Teste de Invariância - Questionário de Intenção Empreendedora

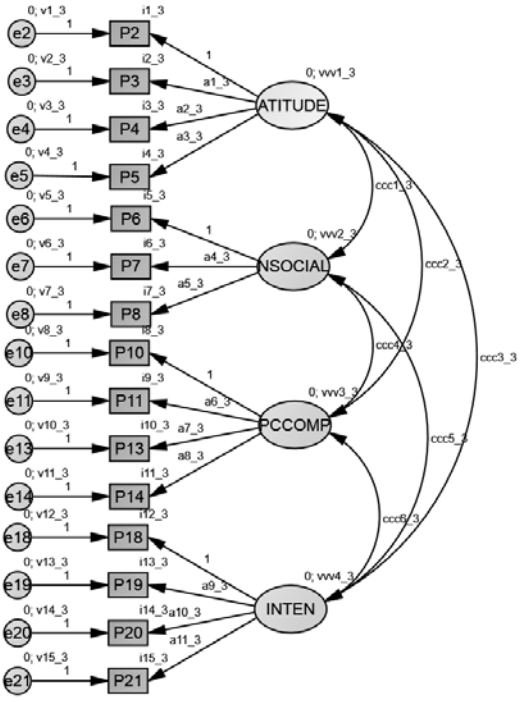
Norte



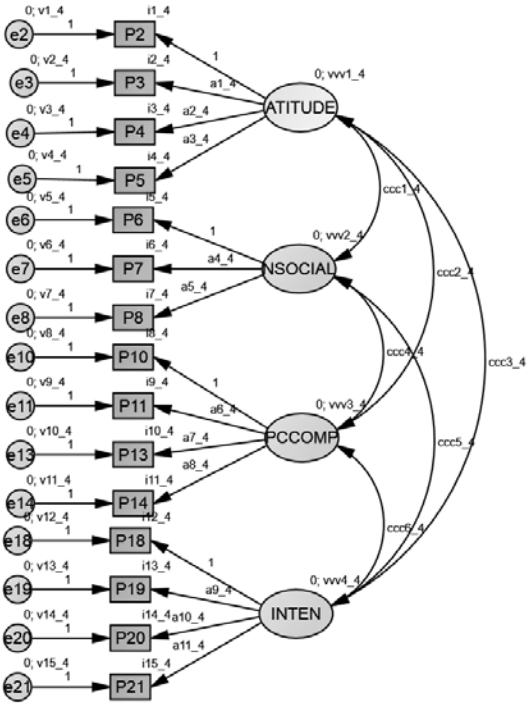
Nordeste



Centro-Oeste

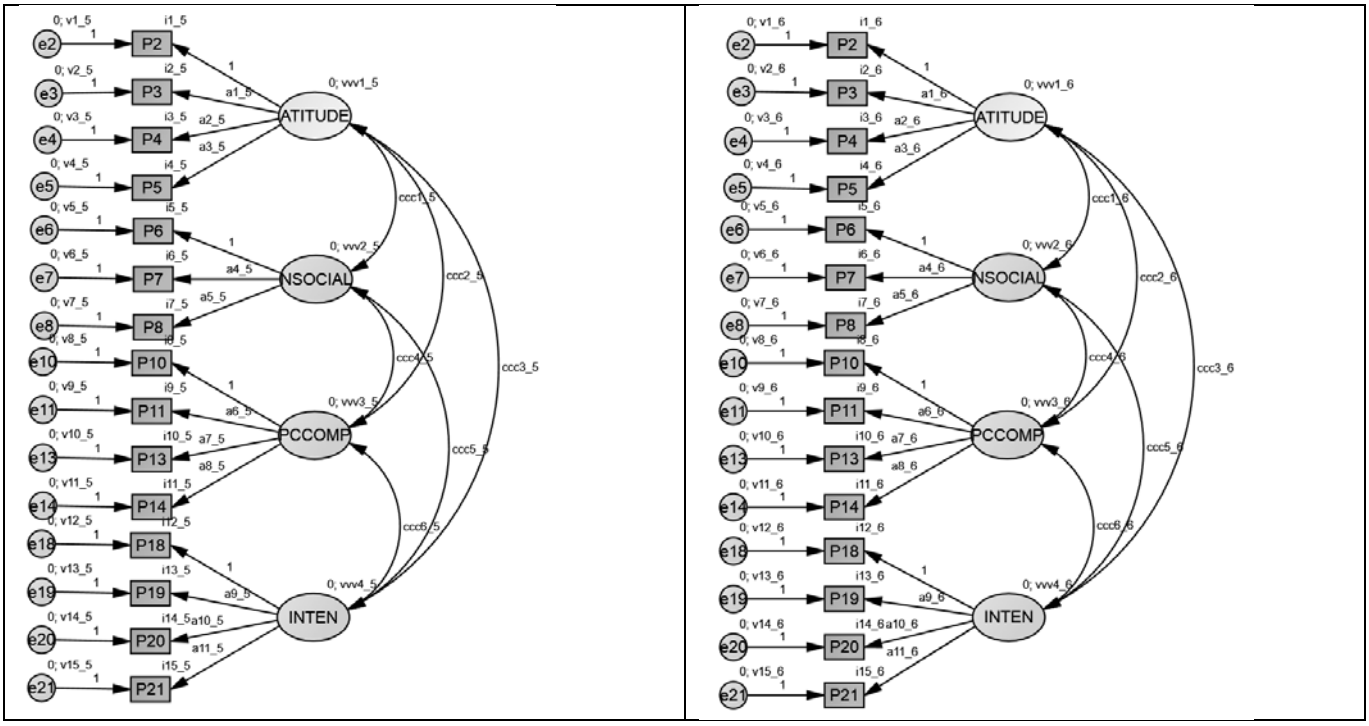


Sul



Sudeste

Cabo Verde



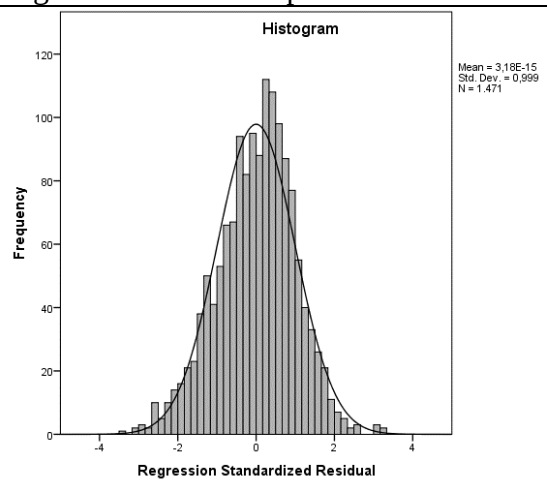
Condições de restrição do teste de invariância do Questionário de Intenção Empreendedora

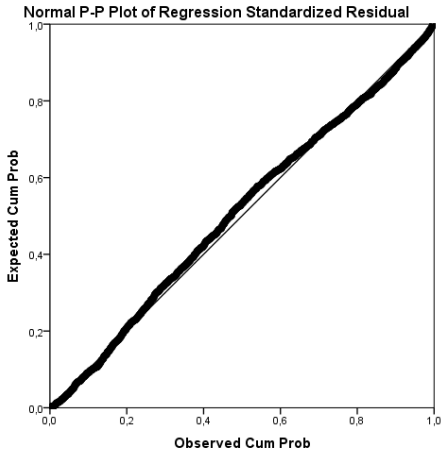
Modelo	Restrições
Measurement weights (modelo 1)	a1_1=a1_2=a1_3=a1_4=a1_5=a1_6 a2_1=a2_2=a2_3=a2_4=a2_5=a2_6 a3_1=a3_2=a3_3=a3_4=a3_5=a3_6 a4_1=a4_2=a4_3=a4_4=a4_5=a4_6 a5_1=a5_2=a5_3=a5_4=a5_5=a5_6 a6_1=a6_2=a6_3=a6_4=a6_5=a6_6 a7_1=a7_2=a7_3=a7_4=a7_5=a7_6 a8_1=a8_2=a8_3=a8_4=a8_5=a8_6 a9_1=a9_2=a9_3=a9_4=a9_5=a9_6 a10_1=a10_2=a10_3=a10_4=a10_5=a10_6 a11_1=a11_2=a11_3=a11_4=a11_5=a11_6
Measurement intercepts (Modelo 2)	a1_1=a1_2=a1_3=a1_4=a1_5=a1_6 a2_1=a2_2=a2_3=a2_4=a2_5=a2_6 a3_1=a3_2=a3_3=a3_4=a3_5=a3_6 a4_1=a4_2=a4_3=a4_4=a4_5=a4_6 a5_1=a5_2=a5_3=a5_4=a5_5=a5_6 a6_1=a6_2=a6_3=a6_4=a6_5=a6_6 a7_1=a7_2=a7_3=a7_4=a7_5=a7_6 a8_1=a8_2=a8_3=a8_4=a8_5=a8_6 a9_1=a9_2=a9_3=a9_4=a9_5=a9_6 a10_1=a10_2=a10_3=a10_4=a10_5=a10_6 a11_1=a11_2=a11_3=a11_4=a11_5=a11_6 i1_1=i1_2=i1_3=i1_4=i1_5=i1_6 i2_1=i2_2=i2_3=i2_4=i2_5=i2_6 i3_1=i3_2=i3_3=i3_4=i3_5=i3_6

	i4_1=i4_2=i4_3=i4_4=i4_5=i4_6 i5_1=i5_2=i5_3=i5_4=i5_5=i5_6 i6_1=i6_2=i6_3=i6_4=i6_5=i6_6 i7_1=i7_2=i7_3=i7_4=i7_5=i7_6 i8_1=i8_2=i8_3=i8_4=i8_5=i8_6 i9_1=i9_2=i9_3=i9_4=i9_5=i9_6 i10_1=i10_2=i10_3=i10_4=i10_5=i10_6 i11_1=i11_2=i11_3=i11_4=i11_5=i11_6 i12_1=i12_2=i12_3=i12_4=i12_5=i12_6 i13_1=i13_2=i13_3=i13_4=i13_5=i13_6 i14_1=i14_2=i14_3=i14_4=i14_5=i14_6 i15_1=i15_2=i15_3=i15_4=i15_5=i15_6
Structural covariances (Modelo 3)	a1_1=a1_2=a1_3=a1_4=a1_5=a1_6 a2_1=a2_2=a2_3=a2_4=a2_5=a2_6 a3_1=a3_2=a3_3=a3_4=a3_5=a3_6 a4_1=a4_2=a4_3=a4_4=a4_5=a4_6 a5_1=a5_2=a5_3=a5_4=a5_5=a5_6 a6_1=a6_2=a6_3=a6_4=a6_5=a6_6 a7_1=a7_2=a7_3=a7_4=a7_5=a7_6 a8_1=a8_2=a8_3=a8_4=a8_5=a8_6 a9_1=a9_2=a9_3=a9_4=a9_5=a9_6 a10_1=a10_2=a10_3=a10_4=a10_5=a10_6 a11_1=a11_2=a11_3=a11_4=a11_5=a11_6 i1_1=i1_2=i1_3=i1_4=i1_5=i1_6 i2_1=i2_2=i2_3=i2_4=i2_5=i2_6 i3_1=i3_2=i3_3=i3_4=i3_5=i3_6 i4_1=i4_2=i4_3=i4_4=i4_5=i4_6 i5_1=i5_2=i5_3=i5_4=i5_5=i5_6 i6_1=i6_2=i6_3=i6_4=i6_5=i6_6 i7_1=i7_2=i7_3=i7_4=i7_5=i7_6 i8_1=i8_2=i8_3=i8_4=i8_5=i8_6 i9_1=i9_2=i9_3=i9_4=i9_5=i9_6 i10_1=i10_2=i10_3=i10_4=i10_5=i10_6 i11_1=i11_2=i11_3=i11_4=i11_5=i11_6 i12_1=i12_2=i12_3=i12_4=i12_5=i12_6 i13_1=i13_2=i13_3=i13_4=i13_5=i13_6 i14_1=i14_2=i14_3=i14_4=i14_5=i14_6 i15_1=i15_2=i15_3=i15_4=i15_5=i15_6 ccc1_1=ccc1_2=ccc1_3=ccc1_4=ccc1_5=ccc1_6 ccc2_1=ccc2_2=ccc2_3=ccc2_4=ccc2_5=ccc2_6 ccc3_1=ccc3_2=ccc3_3=ccc3_4=ccc3_5=ccc3_6 ccc4_1=ccc4_2=ccc4_3=ccc4_4=ccc4_5=ccc4_6 ccc5_1=ccc5_2=ccc5_3=ccc5_4=ccc5_5=ccc5_6 ccc6_1=ccc6_2=ccc6_3=ccc6_4=ccc6_5=ccc6_6 vvv1_1=vvv1_2=vvv1_3=vvv1_4=vvv1_5=vvv1_6 vvv2_1=vvv2_2=vvv2_3=vvv2_4=vvv2_5=vvv2_6 vvv3_1=vvv3_2=vvv3_3=vvv3_4=vvv3_5=vvv3_6 vvv4_1=vvv4_2=vvv4_3=vvv4_4=vvv4_5=vvv4_6

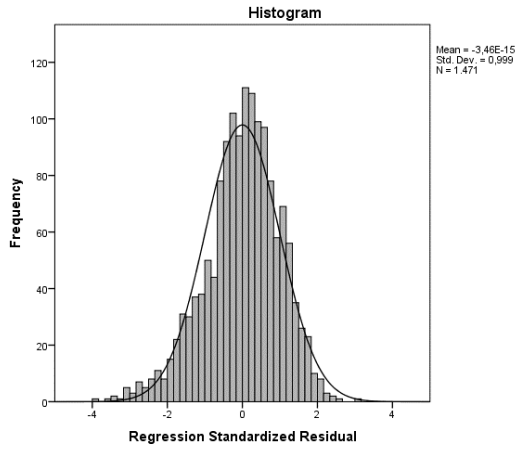
Apêndice M: Resíduos de Regressão – VI – Valores Humanos – VD: IE, AE, NS

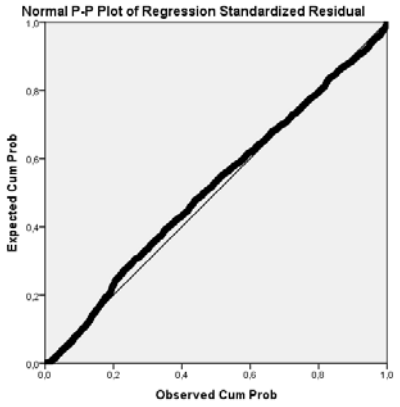
Regressão Atitude e Apoio Social - > Intenção Empreendedora



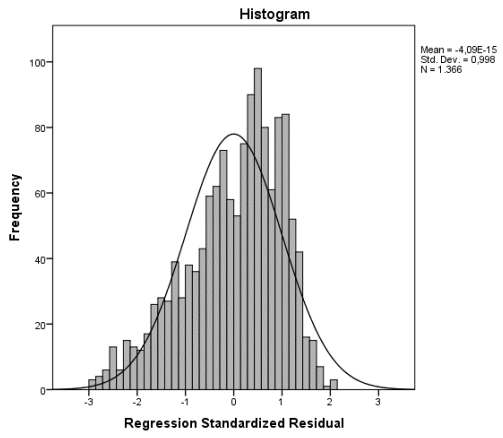


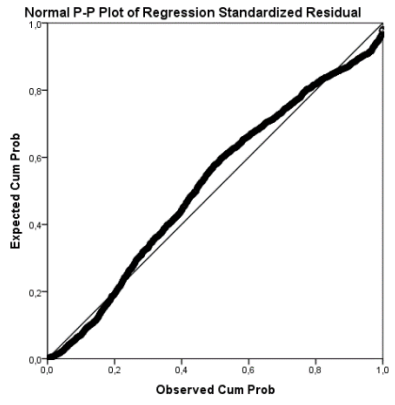
Regressão PCC e Apoio Social - > Atitude





Regressão Valores Humanos - > Atitude





Apêndice N: Correlações Entre AE, IE, PCC e NS

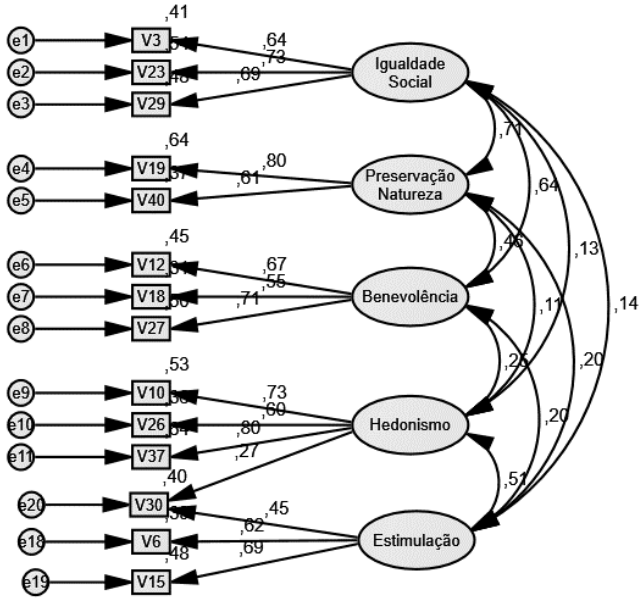
Correlações

PAIS			Intenção	Percepção Controle	Apoio Social	Atitude
Brasil	**Intenção Empreendedora r(p)**		1	,656**	,255**	,863**
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	1	,625	,204	,849
		Superior	1	,684	,308	,876
	Percepção Controle r(p)		,656**	1	,295**	,593**
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	,625	1	,242	,557
		Superior	,684	1	,345	,628
	Apoio Social r(p)		,255**	,295**	1	,348**
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	,204	,242	1	,298
		Superior	,308	,345	1	,397
	Atitude r(p)		,863**	,593**	,348**	1
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	,849	,557	,298	1
		Superior	,876	,628	,397	1
Cabo Verde	**Intenção Empreendedora r(p)**		1	,740**	,131	,724**
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	1	,620	-,070	,616
		Superior	1	,827	,309	,803
	Percepção Controle r(p)		,740**	1	,275**	,694**
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	,620	1	,069	,578
		Superior	,827	1	,439	,791
	Apoio Social r(p)		,131	,275**	1	,645**
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	-,070	,069	1	,500
		Superior	,309	,439	1	,754
	Atitude r(p)		,724**	,694**	,645**	1
	Intervalo de confiança 95%	Inferior	,616	,578	,500	1
		Superior	,803	,791	,754	1

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

c. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de boostrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

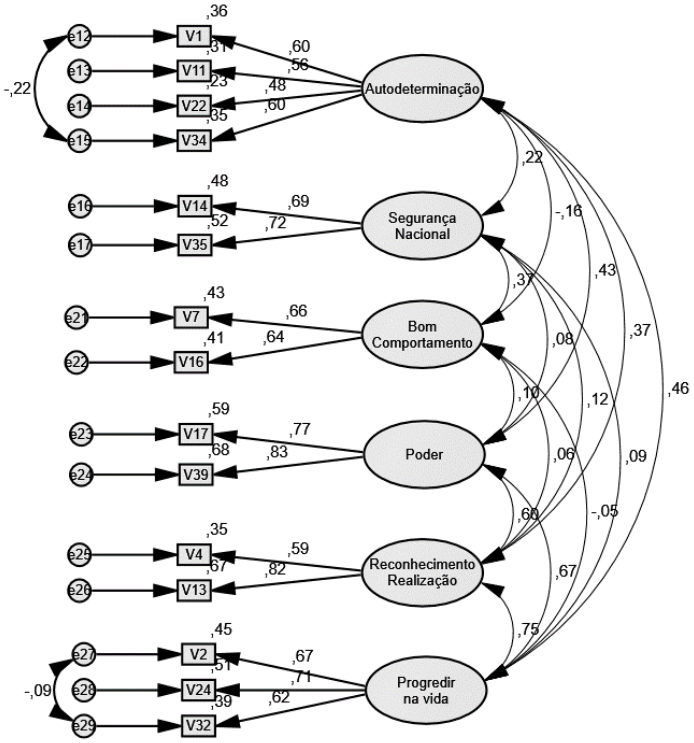
Apêndice O: Variáveis Compostas de Valores Humanos – Modelo e Estatísticas



Standardized Regression Weights:						Correlações			
Parameter			Estimate	Lower	Upper	P			Estimate
V3	<---	IG_SOCIAL	0,643	0,585	0,68	0,011	IG_SOCIAL	<--> PRES_NAT	0,709
V23	<---	IG_SOCIAL	0,735	0,685	0,774	0,006	IG_SOCIAL	<--> BENE	0,635
V29	<---	IG_SOCIAL	0,692	0,623	0,732	0,013	IG_SOCIAL	<--> HED	0,131
V19	<---	PRES_NAT	0,799	0,741	0,837	0,013	IG_SOCIAL	<--> EST	0,138
V40	<---	PRES_NAT	0,61	0,546	0,662	0,005	PRES_NAT	<--> BENE	0,459
V12	<---	BENE	0,672	0,597	0,718	0,013	PRES_NAT	<--> HED	0,109
V18	<---	BENE	0,555	0,493	0,617	0,003	PRES_NAT	<--> EST	0,203
V27	<---	BENE	0,706	0,657	0,753	0,002	BENE	<--> HED	0,247
V10	<---	HED	0,728	0,679	0,762	0,009	BENE	<--> EST	0,199
V26	<---	HED	0,599	0,549	0,642	0,004	HED	<--> EST	0,512
V37	<---	HED	0,801	0,754	0,833	0,008			
V6	<---	EST	0,624	0,553	0,669	0,011			
V15	<---	EST	0,695	0,632	0,75	0,004			
V30	<---	EST	0,447	0,359	0,526	0,004			
V30	<---	HED	0,274	0,186	0,356	0,001			

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)														
	V30	V15	V6	V37	V26	V10	V27	V18	V12	V40	V19	V29	V23	V3
1	0,134	0,223	0,197	0,04	0,014	0,031	0,008	0,004	0,007	0,01	0,025	-0,001	-0,002	-0,001
2	0,07	0,024	0,021	0,298	0,109	0,229	0,017	0,01	0,015	-0,002	-0,004	0,001	0,002	0,001
3	0,005	0,004	0,004	0,016	0,006	0,012	0,256	0,142	0,218	0,009	0,023	0,042	0,052	0,035
4	0,008	0,016	0,014	-0,004	-0,002	-0,003	0,027	0,015	0,023	0,173	0,44	0,075	0,092	0,063
5	0	-0,001	-0,001	0,002	0,001	0,001	0,062	0,034	0,053	0,037	0,094	0,177	0,218	0,149

1 - Estimulação, 2- Hedonismo, 3- Benevolência, 4 - Preservação Natureza, 5- Igualdade Social



Standardized Regression Weights:

Parameter			Estimate	Lower	Upper	P
V1	<---	AUTODET	0,598	0,524	0,67	0
V11	<---	AUTODET	0,556	0,485	0,607	0,002
V22	<---	AUTODET	0,483	0,401	0,539	0,002
V34	<---	AUTODET	0,595	0,515	0,654	0,002
V14	<---	SEG_NAC	0,694	0,604	0,78	0,001
V35	<---	SEG_NAC	0,72	0,626	0,807	0,001
V7	<---	BOM_COMP	0,657	0,54	0,771	0,001
V16	<---	BOM_COMP	0,638	0,51	0,747	0,001
V17	<---	PODER	0,766	0,721	0,811	0
V39	<---	PODER	0,826	0,774	0,871	0,001
V4	<---	RECON_REAL	0,591	0,526	0,632	0,004
V13	<---	RECON_REAL	0,818	0,764	0,872	0,001
V2	<---	PROG_VIDA	0,669	0,616	0,724	0
V24	<---	PROG_VIDA	0,712	0,666	0,745	0,002
V32	<---	PROG_VIDA	0,62	0,55	0,664	0,004

Correlações

			Estimate
AUTODET	<-->	SEG_NAC	0,217
AUTODET	<-->	BOM_COMP	-0,156
AUTODET	<-->	PODER	0,433
AUTODET	<-->	RECON_REAL	0,369
AUTODET	<-->	PROG_VIDA	0,464
SEG_NAC	<-->	BOM_COMP	0,368
SEG_NAC	<-->	PODER	0,077
SEG_NAC	<-->	RECON_REAL	0,121
SEG_NAC	<-->	PROG_VIDA	0,086
BOM_COMP	<-->	PODER	0,105
BOM_COMP	<-->	RECON_REAL	0,065
BOM_COMP	<-->	PROG_VIDA	-0,053
PODER	<-->	RECON_REAL	0,602
PODER	<-->	PROG_VIDA	0,669
RECON_REAL	<-->	PROG_VIDA	0,748

	Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)														
	V32	V24	V2	V13	V4	V39	V17	V16	V7	V35	V14	V34	V22	V11	V1
PROG_VIDA	,206	,205	,185	,114	,048	,074	,049	-,013	-,012	,002	,001	,032	,017	,022	,028
RECON_REAL	,050	,049	,044	,287	,121	,039	,026	,006	,006	,005	,004	,009	,005	,007	,008
PODER	,046	,045	,041	,055	,023	,410	,270	,016	,016	-,006	-,005	,032	,017	,023	,029
BOM_COMP	-,018	-,018	-,016	,018	,008	,036	,024	,297	,283	,067	,056	-,045	-,024	-,032	-,040
SEG_NAC	,002	,002	,001	,011	,005	-,009	-,006	,046	,044	,366	,304	,037	,019	,026	,033
AUTODET	,017	,017	,015	,012	,005	,028	,019	-,018	-,017	,021	,017	,227	,119	,159	,202

Apêndice P: Comparação entre regiões – Médias do QIE

Dependent Variable	(I) Regiao	(J) Regiao	Mean Difference (I-J)	Bootstrap[a]			
				Bias	Std. Error	95% Confidence Interval	
						Lower	Upper
INTENÇÃO EMPREENDEDORA	Norte	Nordeste	-2,45057	0,11026	3,34771	-9,37057	4,22895
		Centro-Oeste	15,43906	0,10024	3,9357	8,04368	23,487
		Sul	-3,49564	0,12235	3,27601	-10,2429	2,99187
		Sudeste	4,12927	0,11568	3,16906	-2,5498	10,13645
		Cabo Verde	-7,27087	0,10953	3,55816	-14,0529	-0,07758
	Nordeste	Norte	2,45057	-0,11026	3,34771	-4,22895	9,37057
		Centro-Oeste	17,88964	-0,01002	2,85488	12,55293	23,47963
		Sul	-1,04506	0,01208	2,2143	-5,63599	3,31101
		Sudeste	6,57985	0,00542	2,04237	2,49554	10,53715
		Cabo Verde	-4,8203	-0,00074	2,5752	-9,59696	0,20032
	Centro-Oeste	Norte	-15,43906	-0,10024	3,9357	-23,487	-8,04368
		Nordeste	-17,88964	0,01002	2,85488	-23,47963	-12,55293
		Sul	-18,9347	0,0221	2,85111	-24,3497	-13,03016
		Sudeste	-11,30979	0,01544	2,72934	-16,34445	-5,90833
		Cabo Verde	-22,70994	0,00928	3,05639	-28,66176	-16,86531
	Sul	Norte	3,49564	-0,12235	3,27601	-2,99187	10,2429
		Nordeste	1,04506	-0,01208	2,2143	-3,31101	5,63599
		Centro-Oeste	18,9347	-0,0221	2,85111	13,03016	24,3497
		Sudeste	7,62491	-0,00666	1,93736	3,61325	11,36819
		Cabo Verde	-3,77524	-0,01282	2,52821	-8,75182	1,16767
	Sudeste	Norte	-4,12927	-0,11568	3,16906	-10,13645	2,5498
		Nordeste	-6,57985	-0,00542	2,04237	-10,53715	-2,49554
		Centro-Oeste	11,30979	-0,01544	2,72934	5,90833	16,34445
		Sul	-7,62491	0,00666	1,93736	-11,36819	-3,61325
		Cabo Verde	-11,40015	-0,00615	2,44084	-16,21865	-6,7039
	Cabo Verde	Norte	7,27087	-0,10953	3,55816	0,07758	14,0529
		Nordeste	4,8203	0,00074	2,5752	-0,20032	9,59696
		Centro-Oeste	22,70994	-0,00928	3,05639	16,86531	28,66176
		Sul	3,77524	0,01282	2,52821	-1,16767	8,75182
		Sudeste	11,40015	0,00615	2,44084	6,7039	16,21865
PCC	Norte	Nordeste	-5,59125	0,1213	2,4238	-10,34842	-1,22484
		Centro-Oeste	3,82323	0,07569	2,85467	-1,73525	9,5966
		Sul	-7,02256	0,10303	2,34932	-11,51719	-2,12985
		Sudeste	-3,88083	0,14674	2,29687	-8,14539	0,42817
		Cabo Verde	7,72847	0,06445	2,42819	2,72225	12,31858
	Nordeste	Norte	5,59125	-0,1213	2,4238	1,22484	10,34842
		Centro-Oeste	9,41448	-0,0456	2,18377	5,02843	13,62904
		Sul	-1,43131	-0,01827	1,63414	-4,54976	1,73651
		Sudeste	1,71042	0,02544	1,5971	-1,39839	4,77818
		Cabo Verde	13,31972	-0,05685	1,80848	9,64915	16,72831
		Norte	-3,82323	-0,07569	2,85467	-9,5966	1,73525

	Centro-Oeste	Nordeste	-9,41448	0,0456	2,18377	-13,62904	-5,02843
		Sul	-10,84579	0,02734	2,21148	-14,93177	-6,32359
		Sudeste	-7,70406	0,07105	2,11126	-11,62304	-3,44367
		Cabo Verde	3,90524	-0,01124	2,28585	-0,56812	8,6822
	Sul	Norte	7,02256	-0,10303	2,34932	2,12985	11,51719
		Nordeste	1,43131	0,01827	1,63414	-1,73651	4,54976
		Centro-Oeste	10,84579	-0,02734	2,21148	6,32359	14,93177
		Sudeste	3,14172	0,04371	1,50139	0,30064	6,16059
		Cabo Verde	14,75102	-0,03858	1,76843	11,26221	18,41603
	Sudeste	Norte	3,88083	-0,14674	2,29687	-0,42817	8,14539
		Nordeste	-1,71042	-0,02544	1,5971	-4,77818	1,39839
		Centro-Oeste	7,70406	-0,07105	2,11126	3,44367	11,62304
		Sul	-3,14172	-0,04371	1,50139	-6,16059	-0,30064
		Cabo Verde	11,6093	-0,08229	1,63266	8,34657	14,60686
	Cabo Verde	Norte	-7,72847	-0,06445	2,42819	-12,31858	-2,72225
		Nordeste	-13,31972	0,05685	1,80848	-16,72831	-9,64915
		Centro-Oeste	-3,90524	0,01124	2,28585	-8,6822	0,56812
		Sul	-14,75102	0,03858	1,76843	-18,41603	-11,26221
		Sudeste	-11,6093	0,08229	1,63266	-14,60686	-8,34657
NORMAS SUBJETIVAS	Norte	Nordeste	-0,89643	0,00212	1,65147	-4,10317	2,37478
		Centro-Oeste	1,5262	-0,02067	1,79838	-1,88973	5,01927
		Sul	-2,13789	-0,01862	1,5632	-5,10321	0,8635
		Sudeste	-0,52167	0,02317	1,49942	-3,65006	2,24855
		Cabo Verde	-30,14311	-0,02824	2,44674	-35,26363	-25,41737
	Nordeste	Norte	0,89643	-0,00212	1,65147	-2,37478	4,10317
		Centro-Oeste	2,42264	-0,02279	1,37618	-0,38781	5,09624
		Sul	-1,24146	-0,02074	1,08215	-3,32157	0,9834
		Sudeste	0,37476	0,02105	1,05314	-1,70928	2,37969
		Cabo Verde	-29,24668	-0,03036	2,21333	-33,68311	-25,02108
	Centro-Oeste	Norte	-1,5262	0,02067	1,79838	-5,01927	1,88973
		Nordeste	-2,42264	0,02279	1,37618	-5,09624	0,38781
		Sul	-3,6641	0,00205	1,31856	-6,06885	-0,86246
		Sudeste	-2,04787	0,04384	1,29212	-4,59448	0,59141
		Cabo Verde	-31,66932	-0,00756	2,37183	-36,37159	-26,97668
	Sul	Norte	2,13789	0,01862	1,5632	-0,8635	5,10321
		Nordeste	1,24146	0,02074	1,08215	-0,9834	3,32157
		Centro-Oeste	3,6641	-0,00205	1,31856	0,86246	6,06885
		Sudeste	1,61623	0,04179	0,94946	-0,18285	3,56651
		Cabo Verde	-28,00522	-0,00962	2,16188	-32,39584	-23,56524
	Sudeste	Norte	0,52167	-0,02317	1,49942	-2,24855	3,65006
		Nordeste	-0,37476	-0,02105	1,05314	-2,37969	1,70928
		Centro-Oeste	2,04787	-0,04384	1,29212	-0,59141	4,59448
		Sul	-1,61623	-0,04179	0,94946	-3,56651	0,18285
		Cabo Verde	-29,62145	-0,0514	2,12211	-33,84651	-25,44767
		Norte	30,14311	0,02824	2,44674	25,41737	35,26363

	Cabo Verde	Nordeste	29,24668	0,03036	2,21333	25,02108	33,68311
		Centro-Oeste	31,66932	0,00756	2,37183	26,97668	36,37159
		Sul	28,00522	0,00962	2,16188	23,56524	32,39584
		Sudeste	29,62145	0,0514	2,12211	25,44767	33,84651
ATITUDE	Norte	Nordeste	-0,12058	0,12887	2,86009	-5,39804	5,4628
		Centro-Oeste	11,84964	0,10464	3,5093	4,92427	19,08016
		Sul	-0,18975	0,13552	2,84156	-5,70294	5,58412
		Sudeste	5,50884	0,16246	2,77519	-0,05715	10,87855
		Cabo Verde	3,13896	0,125	2,89911	-2,5712	8,86977
	Nordeste	Norte	0,12058	-0,12887	2,86009	-5,4628	5,39804
		Centro-Oeste	11,97022	-0,02422	2,56935	6,85718	16,92195
		Sul	-0,06917	0,00666	1,81501	-3,7169	3,52768
		Sudeste	5,62942	0,03359	1,6897	2,34923	8,89389
		Cabo Verde	3,25954	-0,00387	1,93778	-0,64584	6,77279
	Centro-Oeste	Norte	-11,84964	-0,10464	3,5093	-19,08016	-4,92427
		Nordeste	-11,97022	0,02422	2,56935	-16,92195	-6,85718
		Sul	-12,03939	0,03088	2,55282	-16,97196	-7,06812
		Sudeste	-6,3408	0,05782	2,51549	-11,33795	-1,3269
		Cabo Verde	-8,71068	0,02036	2,57681	-14,13706	-3,62177
	Sul	Norte	0,18975	-0,13552	2,84156	-5,58412	5,70294
		Nordeste	0,06917	-0,00666	1,81501	-3,52768	3,7169
		Centro-Oeste	12,03939	-0,03088	2,55282	7,06812	16,97196
		Sudeste	5,69859	0,02694	1,66008	2,41279	8,78106
		Cabo Verde	3,32871	-0,01052	1,86024	-0,39175	7,00969
	Sudeste	Norte	-5,50884	-0,16246	2,77519	-10,87855	0,05715
		Nordeste	-5,62942	-0,03359	1,6897	-8,89389	-2,34923
		Centro-Oeste	6,3408	-0,05782	2,51549	1,3269	11,33795
		Sul	-5,69859	-0,02694	1,66008	-8,78106	-2,41279
		Cabo Verde	-2,36988	-0,03746	1,78772	-5,71936	1,15133
	Cabo Verde	Norte	-3,13896	-0,125	2,89911	-8,86977	2,5712
		Nordeste	-3,25954	0,00387	1,93778	-6,77279	0,64584
		Centro-Oeste	8,71068	-0,02036	2,57681	3,62177	14,13706
		Sul	-3,32871	0,01052	1,86024	-7,00969	0,39175
		Sudeste	2,36988	0,03746	1,78772	-1,15133	5,71936

Apêndice Q: Comparação entre métodos de estimação – ADF e ML.

Standardized Regression Weights: (Brasil - Default model)

ESTIMAÇÃO			ADF				MAXIMUM LIKELIHOOD			
Parameter			Estimate	Lower	Upper	P	Estimate	Lower	Upper	P
INTEN_	<---	ATITUDE_	0,730	0,695	0,760	0,002	0,723	0,693	0,751	0,001
INTEN_	<---	NSOCIAL_	-0,050	-0,080	-0,023	0,001	-0,050	-0,077	-0,025	0,001
INTEN_	<---	PCCOMP_	0,217	0,178	0,262	0	0,205	0,172	0,241	0,001
P2	<---	ATITUDE_	0,843	0,822	0,859	0,002	0,841	0,824	0,857	0,001
P3	<---	ATITUDE_	0,771	0,749	0,788	0,002	0,765	0,749	0,782	0,001
P4	<---	ATITUDE_	0,836	0,818	0,851	0,002	0,834	0,820	0,848	0,001
P5	<---	ATITUDE_	0,894	0,880	0,907	0,001	0,879	0,865	0,892	0,001
P6	<---	NSOCIAL_	0,541	0,501	0,577	0,001	0,546	0,512	0,577	0,001
P7	<---	NSOCIAL_	0,891	0,859	0,918	0,001	0,897	0,870	0,923	0,001
P8	<---	NSOCIAL_	0,786	0,755	0,811	0,002	0,759	0,735	0,785	0,001
P10	<---	PCCOMP_	0,842	0,803	0,881	0,001	0,837	0,804	0,874	0,001
P11	<---	PCCOMP_	0,573	0,532	0,605	0,002	0,568	0,534	0,601	0,001
P13	<---	PCCOMP_	0,524	0,481	0,556	0,002	0,496	0,465	0,525	0,001
P14	<---	PCCOMP_	0,865	0,831	0,902	0,001	0,861	0,827	0,895	0,001
P19	<---	INTEN_	0,921	0,908	0,930	0,003	0,920	0,911	0,929	0,001
P20	<---	INTEN_	0,899	0,883	0,909	0,005	0,877	0,865	0,888	0,001
P21	<---	INTEN_	0,884	0,869	0,895	0,003	0,868	0,856	0,880	0,001
P18	<---	INTEN_	0,869	0,854	0,880	0,003	0,847	0,834	0,859	0,001

Comparações Realizadas com 3.000 bootstraps - IC 90 %

Apêndice R: Comparação entre Coeficientes – Variáveis Compostas vs SEM

Standardized Regression Weights: (Brasil - Default model)						
COMPOSTO						
Parameter			Estimate	Lower	Upper	P
ATITUDE_	<---	EST	0,268	0,224	0,313	0,001
ATITUDE_	<---	HED	-0,129	-0,173	-0,086	0,001
ATITUDE_	<---	BENE	-0,026	-0,09	0,038	0,491
ATITUDE_	<---	PRES_NAT	0,025	-0,038	0,085	0,529
ATITUDE_	<---	IG_SOCIAL	0,014	-0,074	0,102	0,777
ATITUDE_	<---	PROG_VIDA	0,056	-0,031	0,143	0,294
ATITUDE_	<---	RECON_REAL	-0,039	-0,11	0,032	0,364
ATITUDE_	<---	PODER	0,153	0,095	0,216	0,001
ATITUDE_	<---	BOM_COMP	-0,11	-0,155	-0,069	0,001
ATITUDE_	<---	SEG_NAC	0,069	0,026	0,113	0,005
ATITUDE_	<---	AUTODET	0,039	-0,014	0,095	0,234
INTEN_	<---	EST	0,316	0,272	0,36	0,001
INTEN_	<---	HED	-0,15	-0,192	-0,106	0,001
INTEN_	<---	BENE	-0,107	-0,171	-0,044	0,01
INTEN_	<---	PRES_NAT	0,003	-0,061	0,064	0,974
INTEN_	<---	IG_SOCIAL	0,062	-0,024	0,147	0,236
INTEN_	<---	PROG_VIDA	0,023	-0,058	0,101	0,618
INTEN_	<---	RECON_REAL	-0,028	-0,09	0,039	0,5
INTEN_	<---	PODER	0,181	0,12	0,241	0,001
INTEN_	<---	BOM_COMP	-0,11	-0,154	-0,068	0,001
INTEN_	<---	SEG_NAC	0,088	0,047	0,132	0,001
INTEN_	<---	AUTODET	0,016	-0,034	0,066	0,613

Standardized Regression Weights: (Brasil - Default model)						
ESTIMAÇÃO COMPLETA SEM						
Parameter			Estimate	Lower	Upper	P
ATITUDE_	<---	EST	0,283	0,198	0,373	0,002
ATITUDE_	<---	HED	-0,147	-0,205	-0,092	0,002
ATITUDE_	<---	BENE	-0,016	-0,118	0,082	0,733
ATITUDE_	<---	PRES_NAT	0,049	-0,031	0,129	0,295
ATITUDE_	<---	IG_SOCIAL	0,007	-0,122	0,132	0,902
ATITUDE_	<---	PROG_VIDA	0,065	-0,061	0,198	0,393
ATITUDE_	<---	RECON_REAL	-0,027	-0,125	0,076	0,688
ATITUDE_	<---	PODER	0,161	0,074	0,258	0,005
ATITUDE_	<---	BOM_COMP	-0,109	-0,173	-0,036	0,006
ATITUDE_	<---	SEG_NAC	0,055	-0,022	0,124	0,252
ATITUDE_	<---	AUTODET	0,058	-0,089	0,189	0,53
INTEN_	<---	EST	0,377	0,295	0,465	0,002
INTEN_	<---	HED	-0,177	-0,233	-0,118	0,003
INTEN_	<---	BENE	-0,112	-0,219	-0,011	0,071
INTEN_	<---	PRES_NAT	-0,005	-0,088	0,078	0,965
INTEN_	<---	IG_SOCIAL	0,067	-0,047	0,197	0,292
INTEN_	<---	PROG_VIDA	0,004	-0,124	0,121	0,985
INTEN_	<---	RECON_REAL	0,008	-0,076	0,106	0,844
INTEN_	<---	PODER	0,178	0,093	0,279	0,002
INTEN_	<---	BOM_COMP	-0,09	-0,162	-0,023	0,015
INTEN_	<---	SEG_NAC	0,074	0,008	0,147	0,074
INTEN_	<---	AUTODET	0,027	-0,107	0,155	0,747

Apêndice S: Parâmetros do Modelo 4 – Comparados por Região Geográfica

Regiao Norte

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		P
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
Intenção	<---	Estimul	0,443	0,324	0,17	0,753	0,207	0,081	0,352	**
Intenção	<---	Hedonismo	-0,664	0,311	-0,927	-0,401	-0,359	-0,495	-0,216	**
Intenção	<---	Benevol	1,103	0,609	0,631	1,628	0,398	0,225	0,582	**
Intenção	<---	Preserv	0,308	0,437	-0,092	0,667	0,14	-0,041	0,304	**
Intenção	<---	Igual. Social	-1,623	0,829	-2,283	-0,962	-0,556	-0,78	-0,331	**
Intenção	<---	Prog. Vida	0,64	0,45	0,297	1,019	0,398	0,181	0,643	
Intenção	<---	Reco. Real	-0,159	0,445	-0,51	0,176	-0,082	-0,268	0,09	
Intenção	<---	Poder	-0,225	0,275	-0,463	0,001	-0,157	-0,321	0,002	
Intenção	<---	Bom Comp.	0,048	0,246	-0,173	0,28	0,03	-0,107	0,174	
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,057	0,261	-0,17	0,268	0,032	-0,095	0,154	
Intenção	<---	Autodeterm	0,469	0,411	0,071	0,89	0,181	0,029	0,333	*
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P19	<---	Intenção	1,028	0,098	0,953	1,112	0,918	0,88	0,951	
P20	<---	Intenção	0,92	0,098	0,84	0,998	0,809	0,766	0,849	
P21	<---	Intenção	0,832	0,102	0,717	0,934	0,786	0,716	0,841	
P18	<---	Intenção					0,854	0,815	0,888	

Região Nordeste

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		P
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
Intenção	<---	Estimul	0,682	0,148	0,443	0,921	0,398	0,261	0,535	**
Intenção	<---	Hedonismo	-0,222	0,126	-0,438	-0,003	-0,139	-0,275	-0,004	*
Intenção	<---	Benevol	-0,036	0,223	-0,435	0,355	-0,017	-0,211	0,171	
Intenção	<---	Preserv	-0,092	0,162	-0,339	0,207	-0,072	-0,263	0,161	
Intenção	<---	Igual. Social	0,099	0,293	-0,392	0,603	0,054	-0,213	0,324	
Intenção	<---	Prog. Vida	0,039	0,197	-0,319	0,373	0,029	-0,241	0,281	
Intenção	<---	Reco. Real	-0,164	0,222	-0,504	0,243	-0,093	-0,283	0,138	
Intenção	<---	Poder	0,445	0,154	0,195	0,709	0,338	0,148	0,533	**
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,106	0,113	-0,288	0,076	-0,072	-0,201	0,053	
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,222	0,112	0,058	0,408	0,158	0,041	0,287	*
Intenção	<---	Autodeterm	-0,381	0,2	-0,68	-0,051	-0,177	-0,318	-0,023	
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P19	<---	Intenção	1,158	0,06	1,073	1,256	0,933	0,903	0,961	
P20	<---	Intenção	1,035	0,058	0,941	1,13	0,851	0,8	0,893	
P21	<---	Intenção	1,052	0,065	0,93	1,166	0,846	0,781	0,893	
P18	<---	Intenção	Fixo = 1				0,846	0,804	0,883	

Centro - Oeste

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		p
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
Intenção	<---	Estimul	0,553	0,187	0,357	0,764	0,356	0,238	0,482	**
Intenção	<---	Hedonismo	-0,345	0,177	-0,542	-0,136	-0,227	-0,36	-0,09	*
Intenção	<---	Benevol	-0,176	0,341	-0,572	0,242	-0,105	-0,328	0,151	
Intenção	<---	Preserv	-0,182	0,205	-0,435	0,113	-0,174	-0,409	0,113	
Intenção	<---	Igual. Social	0,459	0,443	-0,076	0,985	0,307	-0,057	0,648	
Intenção	<---	Prog. Vida	0,883	0,316	0,523	1,317	0,667	0,389	0,95	**
Intenção	<---	Reco. Real	-0,467	0,318	-0,847	-0,119	-0,275	-0,495	-0,07	*
Intenção	<---	Poder	-0,198	0,176	-0,381	-0,026	-0,175	-0,333	-0,022	
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,055	0,148	-0,25	0,122	-0,045	-0,199	0,096	
Intenção	<---	Seg. Nacion.	-0,127	0,135	-0,293	0,036	-0,111	-0,251	0,033	
Intenção	<---	Autodeterm	0,139	0,274	-0,192	0,456	0,072	-0,1	0,24	
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P19	<---	Intenção	1,271	0,108	1,156	1,45	0,917	0,876	0,95	
P20	<---	Intenção	1,225	0,11	1,107	1,371	0,849	0,797	0,894	
P21	<---	Intenção	1,117	0,115	0,975	1,294	0,805	0,739	0,859	
P18	<---	Intenção	Fixo = 1				0,81	0,742	0,863	

Região Sul

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		p
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
Intenção	<---	Estimul	0,598	0,151	0,345	0,878	0,303	0,176	0,435	**
Intenção	<---	Hedonismo	0,019	0,134	-0,204	0,231	0,01	-0,11	0,129	
Intenção	<---	Benevol	-0,241	0,195	-0,595	0,112	-0,12	-0,296	0,059	
Intenção	<---	Preserv	0,022	0,121	-0,19	0,234	0,017	-0,146	0,18	
Intenção	<---	Igual. Social	0,137	0,232	-0,303	0,548	0,075	-0,163	0,299	
Intenção	<---	Prog. Vida	0,071	0,196	-0,256	0,405	0,046	-0,165	0,261	
Intenção	<---	Reco. Real	-0,012	0,233	-0,432	0,395	-0,006	-0,204	0,183	
Intenção	<---	Poder	0,04	0,143	-0,229	0,313	0,028	-0,156	0,211	
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,182	0,118	-0,383	0,009	-0,118	-0,245	0,007	
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,121	0,099	-0,045	0,279	0,086	-0,033	0,196	
Intenção	<---	Autodeterm	0,016	0,197	-0,319	0,36	0,008	-0,155	0,172	
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P19	<---	Intenção	1,13	0,052	1,059	1,209	0,906	0,87	0,933	
P20	<---	Intenção	1,075	0,049	0,995	1,156	0,893	0,862	0,921	
P21	<---	Intenção	1,015	0,051	0,928	1,101	0,865	0,822	0,901	
P18	<---	Intenção	Fixo = 1				0,845	0,802	0,879	

Região Sudeste

Região Sudeste

Parâmetros			Coeficientes Não Padronizados				Coeficientes Padronizados			
			Parâmetro	Erro Padrão	IC 90%		Parâmetro (correl.)	IC 90%		p
					INF	SUP		INF	SUP	
Modelo Estrutural										
Intenção	<---	Estimul	0,431	0,119	0,211	0,649	0,221	0,11	0,327	**
Intenção	<---	Hedonismo	-0,168	0,106	-0,349	0,003	-0,095	-0,196	0,002	
Intenção	<---	Benevol	-0,336	0,171	-0,614	-0,072	-0,16	-0,288	-0,034	*
Intenção	<---	Preserv	0,021	0,115	-0,17	0,211	0,015	-0,117	0,151	
Intenção	<---	Igual. Social	0,211	0,22	-0,141	0,567	0,109	-0,072	0,292	
Intenção	<---	Prog. Vida	-0,215	0,165	-0,483	0,083	-0,142	-0,319	0,051	
Intenção	<---	Reco. Real	0,072	0,171	-0,226	0,355	0,037	-0,119	0,184	
Intenção	<---	Poder	0,39	0,102	0,214	0,569	0,303	0,166	0,438	**
Intenção	<---	Bom Comp.	-0,176	0,093	-0,333	-0,029	-0,117	-0,223	-0,02	
Intenção	<---	Seg. Nacion.	0,129	0,086	-0,017	0,269	0,097	-0,015	0,201	
Intenção	<---	Autodeterm	0,214	0,152	-0,01	0,46	0,098	-0,005	0,213	
Estimativas do Modelo de Mensuração										
P19	<---	Intenção	1,152	0,044	1,088	1,224	0,937	0,911	0,96	
P20	<---	Intenção	1,081	0,044	1,016	1,146	0,864	0,831	0,893	
P21	<---	Intenção	1,055	0,046	0,978	1,135	0,872	0,833	0,903	
P18	<---	Intenção	Fixo = 1				0,838	0,805	0,868	